

RIWAYAT HIDUP



Dilahirkan di Kota Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan tanggal 08 September 1993. Yunistira merupakan anak pertama dari pasangan Baharuddin dan Megawati. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar sejak tahun 1999 di SDN 226 Balleanging hingga tahun 2005 dan menamatkan pendidikan menengah pertama di SMPN 4 Bulukumba pada tahun 2008 serta menyelesaikan pendidikan menengah umum di SMKN 1 Bulukumba pada tahun 2011. Kemudian pada tahun yang sama, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar melalui jalur UMM.

Gadis yang akrab dipanggil uni atau niu ini mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Profesi di Desa Maradekayya selama dua 2 bulan, kemudian dilanjutkan dengan magang selama satu bulan penuh di Celebes TV.

Sejak tahun 2011, mulai aktif di lembaga pers kampus Lembaga Informatika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Flash UIN Alauddin Makassar (2013/2014) menjabat sebagai Kordinator Liputan. Selain di lembaga pers, anak dari pasangan Megawati dan Baharuddin ini juga aktif di kepengurusan HMJ Jurnalistik (2012) dan KOHATI KOMDAK (2012) selaku Bendahara Umun.

**ANALISIS PROGRAM KOMUNITAS CELEBES DALAM
MENINGKATKAN NILAI SOSIAL
(Studi Kasus Celebes TV)**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial Jurusan Jurnalistik
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh

YUNISTIRA
NIM. 50500111050

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

2015

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal atau menyeluruh.¹ Media massa secara umum terbagi menjadi media cetak, yang terdiri dari surat kabar, majalah, tabloid dan buku; media elektronik, seperti televisi, radio dan film; serta media online.²

Televisi merupakan contoh media komunikasi massa atau media jurnalistik seperti halnya surat kabar, tabloid, majalah, buletin, atau terbitan berkala lainnya sebagaimana radio dan media online, internet.³ Televisi adalah salah satu media komunikasi modern yang perkembangannya saat ini sangat pesat. Selain itu, televisi dalam proses melakukan penyiaran pesannya bersifat audio visual, yakni dapat dilihat dan didengar.⁴ Berdasarkan fungsi media massa, dalam hal ini televisi berperan sebagai penyampai informasi, hiburan, persuasi sosial, pengawasan, korelasi dan pewaris sosial.⁵

¹ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2008), cet. ke-3, h.72

² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h.5

³ Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik: Pendekatan Teori dan Praktek*, (Jakarta: Logos, 1999), h.88-89.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 60.

⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h.66-87

Dua hal pokok yang pasti dijanjikan oleh setiap siaran televisi yakni informasi dan hiburan.⁶ Informasi adalah benda abstrak yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan positif dan atau sebaliknya. Informasi dapat mempercepat atau memperlambat pengambilan keputusan. Informasi juga dapat mengakibatkan manusia mengetahui segala peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Penyampaian berita atau informasi juga dijelaskan dalam Al-Qur'an tentang larangan dalam menyebarkan berita bohong atau isu-isu yang berdampak buruk bagi masyarakat sehingga merusak akhlak manusia karna berbuat dosa. Berikut firman Allah dalam QS. An-Nur/24: 11.



Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu (juga). Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Dan barangsiapa di antara mereka mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), dia mendapat azab yang besar (pula)”⁷

⁶ Freddy H. Istanto, “Peran Televisi Dalam Masyarakat Citraan Dewasa Ini” <http://pus.lit.petra.ac.id/journals/design>. (Diakses pada 30 September 2014).

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007), h. 353.

Dari ayat tersebut telah dijelaskan bahwa jika seseorang berbuat dosa maka ia akan mendapat hukuman atau azab dari Allah karna telah menyakiti seorang mukmin. Islam mengajarkan kepada umatnya agar tidak menyebarkan suatu berita yang dapat menyebabkan masalah terhadap orang lain, sebagai umat muslim diperintah untuk saling menghargai dan menghormati.

Salah satu teknologi yang telah berkembang dengan cepat dan pesat adalah televisi. Televisi kini menjadi salah satu sarana penyampaian informasi yang menjadikannya sebagai kebutuhan primer pada masyarakat modern. Dengan pengalaman bahwa pemikiran-pemikiran manusia dapat dipengaruhi oleh apa yang dilihat di televisi, menjadikan media informasi ini sangat berpengaruh.

Berita televisi merujuk pada praktik penyebaran informasi mengenai peristiwa terbaru melalui media televisi. Acara berita bisa langsung dari beberapa detik hingga beberapa jam dengan menyajikan perkembangan terbaru peristiwa-peristiwa lokal/regional maupun internasional. Divisi produksi Celebes TV menjawab tantangan dengan penyajian berbagai program acaranya yang dikemas dan disajikan sedemikian rupa. Salah satunya adalah program acara Komunitas Celebes.

Program acara Komunitas Celebes dikemas dengan gaya dan *content* (isi) berbeda yang tayang setiap Senin pukul 17.30-18.00 WITA. Program ini menampilkan profil dan kegiatan satu komunitas di Sulawesi Selatan dengan gaya *entertainment* (hiburan).

Acara ini memperlihatkan bahwa suatu komunitas tidak hanya sekadar ajang kumpul-kumpul tapi juga bisa memberi manfaat positif bagi khalayak. Contohnya

komunitas Pajappa dan komunitas *Disk Jockey* (DJ). Komunitas Pajappa yang anggotanya berasal dari kalangan umum tidak hanya sekadar menyenangkan hobi jalan jalan tetapi komunitas tersebut mempublikasikan tempat-tempat wisata Sulawesi Selatan.



Aktivitas komunitas Land Cruiser Makassar ketika melakukan Jambore Jeep di Puncak Ara Maros pada tanggal 11 Oktober 2014. Video rekaman ini disiarkan pada Senin 31 Oktober 2014 pukul 17:42-17:49.

Komunitas DJ yang dalam *image* masyarakat itu memiliki kesan negatif karena bekerja di malam hari dan di tempat-tempat hiburan, namun pada kenyataannya mereka adalah orang-orang yang realitanya bekerja sesuai hobi dan kemudian menghasilkan uang untuk membiayai pendidikannya. Sehingga menginspirasi pemirsa yang kemudian menjadi daya tarik tersendiri bagi program acara Komunitas Celebes.

Gaya penyajian santai serta materi yang mengedukasi merupakan alasan pemirsa menonton acara Komunitas Celebes sehingga masih bisa bertahan sampai saat ini. Suatu program acara tidak akan bertahan lama jika tidak diminati oleh pemirsa. Hal tersebut menjadi latar belakang penulis memilih judul “**Analisis**

Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses produksi Komunitas Celebes di Celebes TV?
2. Bagaimana kontribusi Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Agar penelitian lebih terarah dan mempermudah dalam penyusunan, maka diberikan batasan terhadap pembahasan. Hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dan persepsi baru sehingga pembahasannya tidak keluar dari apa yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini hanya fokus pada bagaimana proses siaran Komunitas Celebes serta bagaimana kontribusi program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial.

2. Deskripsi Fokus

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memaknai dan memahami judul penelitian ini “**Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)**” maka, terlebih dahulu diuraikan makna kata-kata kunci yang terdapat dalam judul tersebut :

- a. Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilih sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.

Analisis juga dapat diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami. Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis adalah sekumpulan aktivitas dan proses. Salah satu bentuk analisis adalah merangkum sejumlah besar data yang masih mentah menjadi informasi yang dapat diinterpretasikan.

- b. Program adalah acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Secara garis besar, program TV dibagi menjadi program berita dan program non-berita.
- c. Komunitas Celebes adalah salah satu program yang tayang di Celebes TV tiap hari senin pukul 17:30 WITA. Program ini berisi ulasan mengenai komunitas di Sulawesi-Selatan.
- d. Nilai sosial adalah nilai yang dianut oleh suatu masyarakat mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh masyarakat. Untuk menentukan sesuatu itu dikatakan baik atau buruk, pantas atau tidak pantas harus melalui proses menimbang. Hal ini tentu sangat dipengaruhi oleh kebudayaan yang dianut masyarakat, tidak heran apabila antara masyarakat yang satu dan masyarakat yang lain terdapat perbedaan.
- e. Celebes TV adalah stasiun televisi berita lokal untuk daerah Sulawesi. Celebes TV berada di Menara Bosowa lantai 15 Jl Jendral Sudirman nomor 5 dalam kanal 31 UHF dan disiarkan di 6 Kabupaten/Kota di Sulawesi Selatan yaitu Makassar, Maros, Pangkep, Barru, Gowa, Takalar dan Jeneponto.

D. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan judul “Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)” ini mengambil penunjang dan pembandingan dari beberapa skripsi yang telah ada sebelumnya serta meninjau beberapa buku, skripsi-skripsi yang ada di Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, juga menelusuri situs di internet, diantaranya:

No	Peneliti / Judul Skripsi	Masalah	Hasil Penelitian
1.	Silvia Ariansa mahasiswa UIN Alauddin Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik tahun 2013. ”Kontruksi Pembicaraan Pada Siaran Talk Show obrolan Karebosi Celebes TV”	Bagaimana proses produksi siaran <i>talk show</i> Obrolan Karebosi serta bagaimana konsep <i>framing</i> Celebes tv dalam mendialogkan isu publik dan pemberitaan media lokal.	Tiga aspek berkaitan proses produksi OK, 1) latar belakang Celebes TV mengangkat isu politik, 2) proses penentuan tema politik, 3) kriteria host dan narasumber dalam siaran obrolan karebosi. Konsep framing dapat dilihat dalam empat dimensi analisi framing model Robert Entham. Misalnya tema “Janji Walikota”, terdapat aspek pembingkai Celebes TV merupakan rangkaian dari <i>problem identification, causal interpretation, moral evaluation</i> dan <i>treatment recommendation</i> , yang dikonstruksi melalui perbincangan antara host,

			<p>narasumber dan pemirsa. <i>Frame problem identification</i> dari host menekankan gambaran proyeksi program janji walikota, <i>causal interpretation</i> adalah respon host dalam bentuk eksplorasi pemikiran narasumber tentang latar program, <i>moral evaluation</i> adalah konfirmasi penilaian narasumber tentang realisasi program dan <i>treatment recommendation</i> adalah klasifikasi saran narasumber tentang pengulangan masalah.</p>
2.	<p>Pessi Andayani, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik tahun 2009 "Analisis Produksi Pemberitaan Dunia Dalam Berita di Televisi Republik Indonesia (TVRI)."</p>	<p>Bagaimana proses produksi program pemberitaan Dunia Dalam Berita di TVRI pada berita "Thailand: Prime Minister"?</p>	<p>Tahapan produksi, dimulai dengan penerjemahan dan pengeditan naskah terkait dengan berita ini oleh tim redaksi, kemudian ditentukan pula <i>rundown</i>-nya dan proses <i>dubbing</i>-nya hingga diperoleh naskah berita yang matang atau siap tayang.</p> <p>Pada pasca-produksi berita <i>editor</i> bersama produser program DDB melakukan proses pengecekan akhir antara gambar, naskah, dan</p>

3.	<p>Yunistira mahasiswa UIN Alauddin Makassar, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik tahun 2015.</p> <p>”Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)”</p>	<p>Bagaimana proses produksi program Komunitas Celebes serta bagaimana kontribusi program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial.</p>	<p>suara; sudah sesuai atau belum, agar dalam penayangannya nanti tidak terjadi kesalahan.</p> <p>Proses produksi Program Komunitas Celebes cocok dengan teori yang telah dikemukakan oleh Bass, dimana proses produksi program Komunitas Celebes dibagi menjadi dua tahap, yaitu : Tahap pertama (tahap pengumpulan bahan dan tahap penulisan naskah berita dan <i>dubbing</i>. Tahap kedua (tahap editing dan penayangan.</p> <p>Program Komunitas Celebes memberi kontribusi positif dalam meningkatkan nilai sosial, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya perubahan yang signifikan dalam masyarakat seperti perubahan persepsi tentang masyarakat eks kusta dan banyaknya masyarakat yang tertarik untuk berabung didalam komunitas yang telah dijadikan</p>
----	--	--	---

			narasumber .
--	--	--	--------------

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui proses produksi sebuah program acara Komunitas celebes di Celebes TV.
- b. Untuk mengetahui kontribusi program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan secara akademis :
 - 1) Menambah literatur kualitatif mengenai program televisi pada umumnya serta membuka cakrawala berpikir dan menambah pengetahuan bagi peneliti dalam bidang jurnalistik dan pengalaman dalam meneliti.
 - 2) Diharapkan dengan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang lain.
 - 3) Penelitian ini diharapkan dapat menambah ragam penelitian dalam ilmu komunikasi khususnya dalam bidang jurnalistik.

- b. Kegunaan secara praktis, diharapkan dapat berguna bagi media elektronik khususnya stasiun Celebes TV dalam meningkatkan kualitas tayangan Komunitas Celebes.
- c. Kegunaan sosial, melalui penelitian ini mampu menunjukkan kepada khalayak tentang produksi program acara di media elektronik yang dapat meningkatkan nilai sosial.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa baik melalui media cetak maupun media eletronik. Pada awal perkembangannya, komunikasi massa berasal dari perkembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Dalam hal ini, perlu membedakan massa dalam arti komunikasi massa lebih merujuk pada penerimaan pesan yang berkaitan dengan media massa.

Definisi tentang komunikasi massa telah banyak dikemukakan oleh para ahli komunikasi. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yang mengatakan komunikasi massa yakni pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang dan membutuhkan *gatekeeper*.⁸

⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h.7.

Gatekeeper adalah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, *video tape*, *compact disk* dan buku.⁹ Mereka yang disebut sebagai *gatekeeper* adalah reporter, *editor* berita, bahkan *editor* film atau orang lain dalam media massa yang ikut menentukan arus informasi yang disebarkan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa dan melalui proses *gatekeeper*. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti pidato politisi di lapangan yang luas dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah dan sebagainya.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang luar biasa banyaknya, tidak terbatas pada penduduk yang ada di suatu daerah melainkan semua orang di negara yang satu dengan yang lain dapat mengetahui secara langsung apa yang disiarkan oleh media elektronik seperti televisi, radio, *internet* (satelit), seperti halnya pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Jhosep A Devito :¹⁰

“first, mass communication id communication addressed to the masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television: rather its means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, massa communication is communiacation mediated by audio and/or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspapers, magazines, films, books, an tape.”

⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 118-125.

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, h. 7.

“ Pertama, Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar- pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern seperti pers, film, radio, dan televisi.

B. Media Televisi

1. Pengertian Televisi

Televisi merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk media massa, yaitu radio siaran, televisi dan film yang dikenal sebagai media elektronik; serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak.¹¹

Televisi dalam bahasa Inggris disebut *television*. Kata televisi berasal dari kata *tele* (bahasa Yunani) dan *vision atau visio* (bahasa Latin); yang mempunyai arti masing-masing jauh (*tele*) dan melihat (*vision*). Jadi, televisi berarti melihat.¹²

Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa, karena sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Media ini

¹¹ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, h. 3.

¹² Djoenaesih S, Sunarjo, *Himpunan Istilah Komunikasi*, (Yogyakarta: Liberty, 1983), Cet. 2, h. 125.

mempunyai kelebihan dari media massa lainnya yaitu bersifat audio visual (didengar dan dilihat), dapat menggambarkan kenyataan dan langsung dapat menyajikan peristiwa yang sedang terjadi ke setiap rumah para pemirsa di manapun mereka berada.¹³ Selain itu, media juga menyajikan berbagai kebutuhan manusia, baik hiburan, informasi, maupun pendidikan dengan sangat memuaskan.¹⁴

2. Televisi sebagai Media Massa

Kekuatan televisi dibandingkan dengan media lainnya adalah kemampuannya untuk membawa penonton ke lokasi kejadian dengan menggunakan gambar. Gambar yang dikombinasikan dengan suara alami adalah faktor yang membuat televisi memberikan pengaruh atau dampak yang sangat kuat kepada penonton. Dikatakan bahwa gambar dapat bercerita jauh lebih banyak dibandingkan kata-kata.

Televisi merupakan salah satu bentuk media massa sebagai alat komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk media massa yaitu radio siaran, televisi, film yang dikenal sebagai media elektronik, serta surat kabar dan majalah yang keduanya termasuk media cetak.¹⁵

Penyebaran informasi melalui media massa, baik cetak, elektronik maupun online, seperti surat kabar, televisi, radio, dan internet telah membentuk pengetahuan

¹³ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, h. 40.

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, h. 60.

¹⁵ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, h. 3.

dan pendapat manusia mengenai berbagai peristiwa atau hal yang menyangkut kehidupannya.¹⁶

Secara umum, baik media cetak, elektronik, maupun online keduanya memiliki fungsi yang sama, yaitu:

- a. Menyiarkan informasi, ini merupakan fungsi utama media massa, sebab masyarakat membeli media tersebut karena masyarakat memerlukan informasi tentang berbagai hal yang terjadi di dunia ini
- b. Mendidik, pada fungsi kedua ini media massa menyajikan pesan-pesan atau tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan serta sekaligus dapat dijadikan media pendidikan massa
- c. Menghibur, media massa biasanya menyajikan rubrik-rubrik atau program-program yang bersifat hiburan.
- d. Mempengaruhi, melalui fungsi keempat ini pers memegang peranan penting dalam tatanan kehidupan masyarakat dengan melakukan kontrol sosial.¹⁷

3. Format Acara Televisi

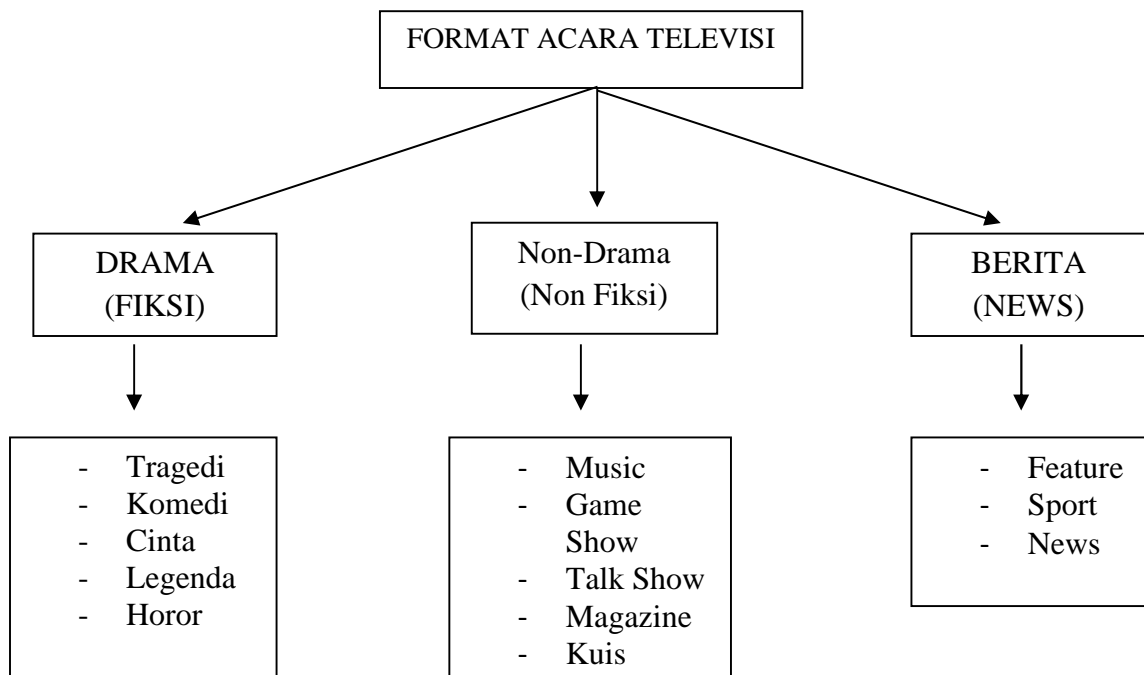
Format dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah bentuk dan ukuran (buku, surat kabar, dan sebagainya).¹⁸ Format juga bisa diartikan sebagai suatu bentuk atau rupa yang mempunyai kaidah tertentu atau norma tertentu yang lazim dipergunakan oleh umum. Acara didefinisikan dengan kegiatan yang

¹⁶ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Ciputat: UIN Jakarta Press, 2007), h. 136.

¹⁷ Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik: Pendekatan Teori dan Praktek*, h. 84.

¹⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1988),h. 244.

dipertunjukkan, disiarkan, atau diperlombakan dalam program televisi, radio dan sebagainya). Format acara televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi, yang terbagi dalam berbagai kriteria utama serta disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut. Secara umum, format acara televisi dibagi menjadi drama (fiksi), non-fiksi (non-drama) dan berita, seperti pada bagan di bawah ini.



a. Fiksi (Drama) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Format yang digunakan merupakan interpretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu runtutan cerita dalam sejumlah adegan.

Adegan-adegan tersebut akan menggabungkan antara realitas atau kenyataan hidup dengan fiksi atau imajinasi khayalan para kreatornya. Contoh *genre* atau jenis film ini antara lain drama percintaan, tragedi, horor, komedi, legenda, aksi dan sebagainya.

b. Non-Fiksi (Non-Drama) adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan. Non drama bukanlah sebuah runtutan cerita fiksi dari setiap pelakunya. Untuk itu, format-format program acara nondrama merupakan sebuah runtutan pertunjukan kreatif yang mengutamakan unsur hiburan yang dipenuhi dengan aksi, gaya dan musik. Contohnya ialah *talk show* (bincang-bincang), konser musik, magazine/tabloid dan *variety show* (hiburan segar).

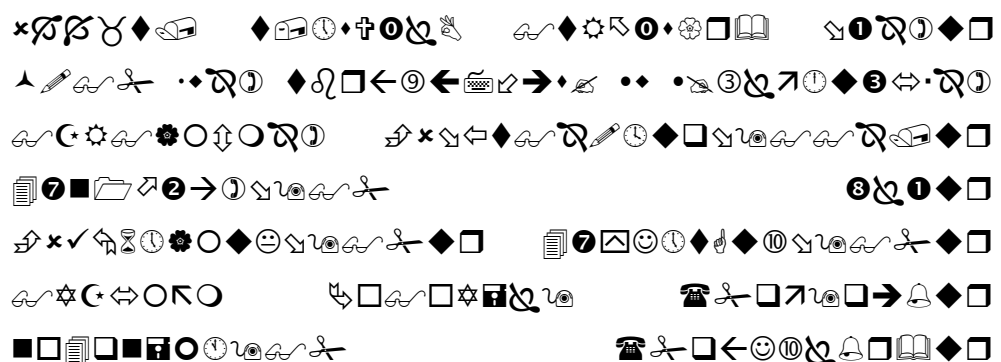
c. Berita adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung dalam kehidupan sehari-hari. Format ini memerlukan nilai-nilai faktual dan aktual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu, serta dibutuhkan pula sifat liputan yang independen. Contoh acaranya adalah berita ekonomi, liputan siang dan laporan olahraga.¹⁹

C. Pandangan Islam tentang Berita

¹⁹ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), h. 62-66.

Berita merupakan produk jurnalistik yang sangat diminati oleh masyarakat. Manusia membutuhkan berita dan informasi tentang manusia lain dan tentang dunia lain yang melingkupi dan mempengaruhi kehidupannya. Kebutuhan itu terbukti dari banyaknya peminat media yang menyiarkan berita atau informasi. Berita berasal dari bahasa Sansekerta *vrit*, yang dalam bahasa Inggris disebut *write*, yang arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Sementara *vritta* dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi *berita* atau *warta*.²⁰ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *berita* adalah catatan laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.²¹

Merujuk dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet. Allah memerintahkan manusia untuk bertutur kata yang baik kepada sesamanya sebagaimana firman Allah SWT QS. Al-Baqarah/2: 83.



²⁰ Nurhasanah, *Blog Nurhasanah*, [http:// repository.uinjkt.ac.id/dsp_ace/bitstream/123456789/976/1/97521-NURHASANAH-FDK.PDF](http://repository.uinjkt.ac.id/dsp_ace/bitstream/123456789/976/1/97521-NURHASANAH-FDK.PDF) (SECURED) (Diakses 8 november 2014)

²¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 108.

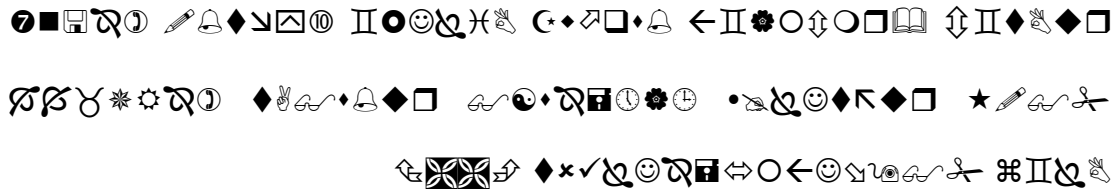


Terjemahnya :

“Dan (ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu dan kamu selalu berpaling”²²

Dalam ayat tersebut dijelaskan tentang perjanjian bahwa Allah memerintahkan mereka untuk bertutur kata yang baik kepada semua manusia. Termasuk bertutur kata yang baik adalah beramar ma'ruf dan bernahi munkar, mengajarkan ilmu agama, menyebarkan salam, senyum dan perkataan baik lainnya. Dalam perintah bertutur kata yang baik kepada semua manusia terdapat perintah berbuat ihsan secara umum, karena dengan perbuatan dan harta terkadang diantara manusia ada yang tidak bisa melakukannya, maka Allah SWT memerintahkan minimal dengan perkataan. Dalam ayat ini, Allah SWT mengajarkan manusia agar ucapan dan tindakannya bersih dari perkara keji, kotor, mencaci maki dan bermusuhan. Sebagai seorang umat muslim dianjurkan untuk menyeruh sesama kepada kebaikan sebagaimana firman Allah dalam QS. Fussilat/41: 33.

²² Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, h.13.



Terjemahnya :

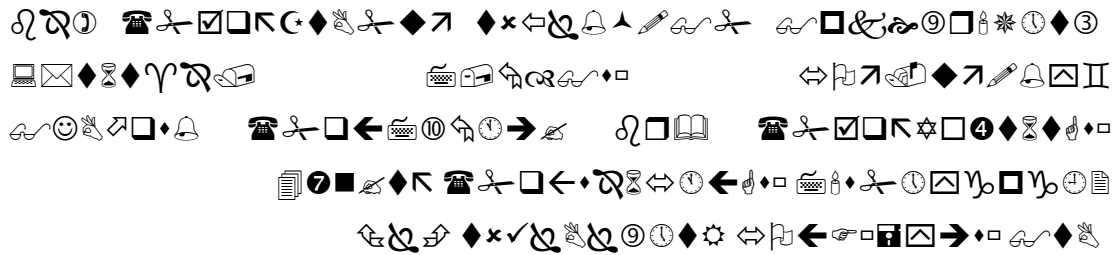
“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri”²³

Dalam ayat diatas terdapat dua pokok-pokok pemikiran yaitu :

1. Ayat tersebut berbentuk kalimat tanya, yang mewujudkan penguatan. Bahwa tiada perkataan yang lebih baik kecuali perkataan yang menyeru/mengajak kepada Allah SWT.
2. Qoulun : perkataan, ucapan, tulisan termasuk juga sikap kita. Keutamaan dakwah kepada Allah adalah dapat menghindarkan azabnya.

Manusia sebagai seorang jurnalis diharuskan mengambil berita dari sumbernya agar berita memiliki nilai kebenaran dan informasi yang jelas karna Allah dan Rasulnya melarang kita berprasangka dan menduga-duga. Jadi seorang wartawan dalam menyampaikan berita harus ke jalan yang benar. Suatu berita atau informasi memiliki kekuatan, baik yang membangun maupun yang dapat merusak bagi masyarakat sehingga dalam menyebarluaskan suatu berita harus dilakukan secara teliti, memperhatikan kebenaran berita tersebut agar informasi yang diterima tidak menyesatkan penerimanya sebagaimana dalam firman Allah SWT QS. Al-Hujurat/49: 6.

²³ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, h. 481.



Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”²⁴

Berdasarkan ayat diatas, Allah melarang umatnya yang beriman berjalan mengikuti desas-desus. Allah memerintahkan kaum mukminin memastikan kebenaran berita yang disampaikan kepada mereka. Orang fasik itu pada dasarnya jika berbicara dia dusta akan tetapi kadang juga benar. Jadi berita yang disampaikan tidak boleh ditolak dan juga tidak diterima begitu saja, kecuali setelah diteliti.

Islam sangat menekankan hubungan yang harmonis antara sesama muslim maupun non muslim. Oleh karena itu, Islam melarang untuk membicarakan dan menyebarkan aib orang lain atau berita yang belum tentu benar . Islam bukan hanya sekedar agama tetapi sebagai ideologi/landasan hidup yang dianut oleh mayoritas rakyat Indonesia. Tentunya nilai-nilai Islam memberikan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat maupun aturan-aturan hukum yang berlaku. Ajaran agama Islam melarang menyebarkan suatu berita yang dapat merusak bagi suatu kaum. Pada

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung: CV. Jumanatul Ali Art, 2002), h. 395.

prinsipnya, hendaklah setiap individu kaum muslimin menjadi sumber berita yang terpercaya dan hendaknya berita itu benar serta dapat dijadikan pegangan.

Menurut para musafir, asbabun nuzul dari surah Al-Hujurat/49: 6 berkenaan dengan Al Walid bin Uqbah yang diutus Rasulullah untuk mengumpulkan zakat dari Bani Al Musthaliq. Al Walid menyampaikan laporan kepada Rasulullah bahwa mereka enggan membayar zakat, bahkan berniat membunuhnya, padahal ia tidak pernah sampai ke perkampungan Bani Al Mustaliq tersebut. Mengetahui akan adanya pemberontakan itu, Rasulullah murka tetapi beliau tidak langsung mengambil tindakan melainkan beliau mengutus Khalid untuk mengklarifikasi kebenarannya, sehingga turunlah ayat tersebut yang mengingatkan bahaya berita palsu yang coba disebarkan orang fasik. Berita palsu itu hampir saja mengakibatkan permusuhan antar sesama umat muslim saat itu.²⁵

Pada zaman Rasulullah, kejujuran sangat dominan tetapi masih saja terdapat berita palsu, apalagi di zaman sekarang yang banyak kedustaan bertebaran. Berita dan informasi yang tidak benar bisa berasal dari mana saja, baik individu maupun lembaga bahkan media besar yang mengklaim sebagai lembaga profesional sekalipun. Oleh karena itu di dalam ilmu hadist, suatu hadist dapat diterima jika perawinya terpercaya. Sebaliknya, jika perawinya pendusta atau fasik maka hadis tersebut bisa gugur hingga derajat palsu. Demikian pula dengan suatu informasi atau berita yang belum jelas kebenarannya.

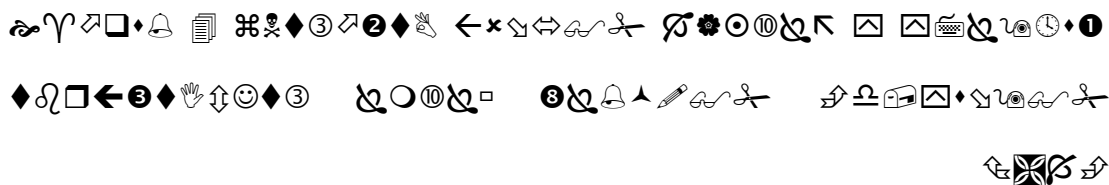
²⁵ Blog bersama dakwah “*Tuntunan Islam Dalam menyikapi Informasi*” <http://Bersama.dakwah.com/2013/02.html?m=1> (diakses 24 Januari 2015).

Prinsip-prinsip penyampaian informasi dalam Al-Qur'an yaitu :

1. *Qaulan Sadida*

Qaulan Sadida artinya pembicaraan yang benar dan jujur. M Quraish Shihab menegaskan bahwa *qaulan sadida* adalah seseorang yang menyampaikan sesuatu/ucapan yang benar dan tepat pada sasarannya dan tidak sekedar berarti benar, tetapi juga harus berarti tepat sasaran.

Kebenaran dalam Islam diistilahkan dengan *al-haq*, yang mengandung arti *adl* (keadilan), *shahih* (kenyataan), *yaqin* (kepastian) dan *jadir* (kepantasan). Selain itu, terdapat istilah lain yang sepadan dengan *qaulan sadida* yaitu *qawl al-haq*, yakni perkataan yang benar, adil, pasti, pantas dan sesuai dengan kenyataan. Padanan tersebut terdapat dalam QS. Maryam/19: 34.



Terjemahnya :

“Itulah Isa putra Maryam, yang mengatakan perkataan yang benar, yang mereka ragukan kebenarannya”²⁶

Dalam teori *general semantic*, Alfred Korzybski mengungkapkan bahwa bahasa adalah alat komunikasi atau sarana pergaulan sesama manusia dan penggunaan bahasa yang tidak benar atau kata-kata yang menutupi kebenaran akan menimbulkan kerusakan moral dan gangguan kejiwaan individu maupun sosial. Oleh

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* , h. 308.

karena itu, bahasa atau ucapan yang benar (jujur) sangat penting dalam penyampaian dakwah, terutama dakwah dengan metode monologis yang sifatnya satu arah. Tentunya, *qaulan sadida* akan bermanfaat bagi *mad'u* atau pendengar untuk melakukan perbaikan atau perubahan.

2. *Qaulan Baligha*

Kata *baligha* berarti tepat, lugas, fasih dan jelas maknanya. *Qaulan Baligha* artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti dan langsung ke pokok masalah. Dalam Al-Qur'an disebutkan dalam QS. An-Nisa/4: 63



Terjemahnya :

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”²⁷

Ayat tersebut menjelaskan perilaku orang munafik ketika dianjurkan untuk mematuhi hukum Allah, mereka menghalangi orang lain untuk patuh. Jika mendapat musibah atau kecelekaan karena perbuatan mereka sendiri, mereka datang memohon perlindungan atau bantuan. Mereka yang seperti ini perlu diberi pelajaran dan perkataan yang berbekas atau ungkapan yang mengesankan. Karena itu, *qaulan*

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, h. 89.

baligha dapat diterjemahkan perkataan dengan tujuan pencerahan akal pikiran dan penyejukan nurani.

Jadi intinya dimanapun manusia berada dan pada situasi apapun maka manusia harus bisa menyesuaikan perkataan dan gaya bahasanya dalam berkomunikasi. Harus sesuai dengan keadaan, situasi dan lawan bicara, agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam komunikasi serta apa yang disampaikan bisa diterima dan dimengerti dengan baik.

3. *Qulan Ma'rufa*

Qaulan Ma'rufa artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan. *Qaulan Ma'rufa* juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan. M Quraish Shihab mengemukakan *qaulan ma'rufa* yaitu kalimat-kalimat yang baik sesuai dengan kebiasaan pada masing-masing masyarakat, selama kalimat tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai ilahi. Pesan hendaknya disampaikan dalam bahasa yang sesuai dengan adat kebiasaan yang baik menurut ukuran setiap masyarakat. Dalam QS. An-Nisa/4: 5.



Terjemahnya :

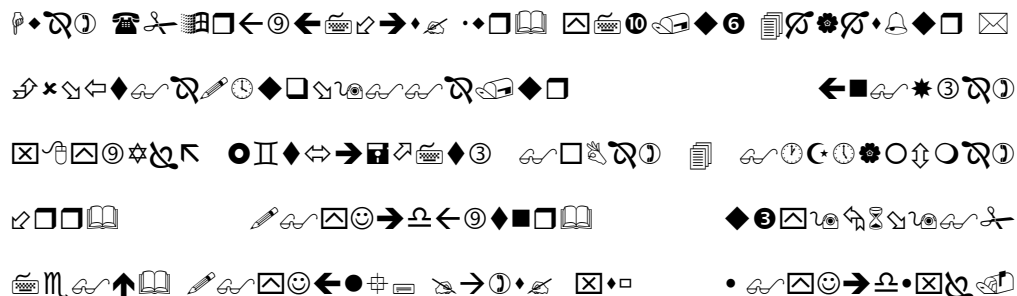
“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”²⁸

Qaulan ma'rufa dalam ayat tersebut berarti pembicaraan-pembicaraan yang pantas bagi seseorang yang belum dewasa. Kebiasaan orang yang belum dewasa tidak siap menerima perkataan logis karena otaknya tidak cukup siap menerimanya, tetapi justru yang menonjol adalah emosinya. Jadi, *qaulan ma'rufa* dalam hal ini memberi isyarat penyesuaian kalimat/perkataan yang baik dengan kondisi seseorang atau masyarakat.

Jadi dalam dakwah menggunakan metode monologis dengan kalimat-kalimat yang baik sesuai kebiasaan masyarakat sehingga ucapan atau kalimat tersebut menarik dan dapat mempengaruhi orang lain.

4. *Qaulan Karima*

Qaulan Karima adalah perkataan yang mulia, diikuti dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar dan lemah-lembut. Di dalam Al-Qur'an disebutkan di QS. Al-Isra'/17: 23.



²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, h. 78.



Terjemahnya :

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”²⁹

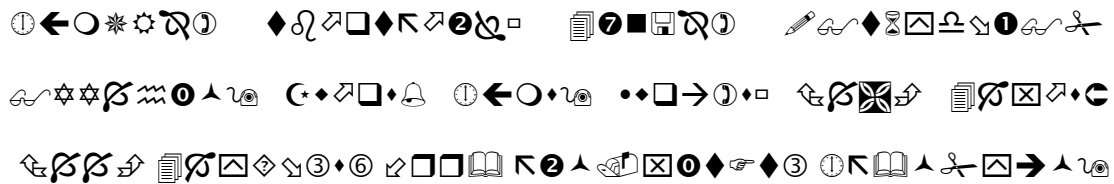
Qaulan Karima dalam ayat ini ditujukan kepada kedua orang tua sebagai salah satu pengabdian kepada mereka dengan menghindari perkataan kasar. Substansi dari pengertian ayat tersebut dapat disimpulkan yaitu paling tidak mengandung dua hal, yakni: pertama, berkenaan dengan tuntunan berakhlak kepada Allah dan kedua, berkenaan dengan tuntunan berakhlak kepada kedua orang tua. Kriteria *Qaulan Karima* adalah sebagai berikut :

- a. Kata-kata bijaksana (fasih, tawaduk) : yaitu kata-kata yang bermakna agung dan teladan. Dalam hal ini, Nabi SAW sering menyampaikan nasihat kepada umatnya dengan kata-kata bijaksana.
- b. Kata-kata berkualitas yaitu kata-kata yang bermakna dalam, bernilai tinggi dan ilmiah. Kata-kata seperti ini sering diungkapkan oleh orang-orang cerdas dan berpendidikan tinggi.
- c. Kata-kata bermanfaat yaitu kata-kata yang memiliki efek positif bagi perubahan sikap dan perilaku komunikan.

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* h. 285.

5. *Qaulan Layinan*

Qaulan Layina adalah pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar dan penuh keramahan sehingga dapat menyentuh hati. Dalam hal ini terdapat dalam QS. Taha/20: 43-44.



Terjemahnya :

“Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, sesungguhnya dia telah melampaui batas; maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”³⁰

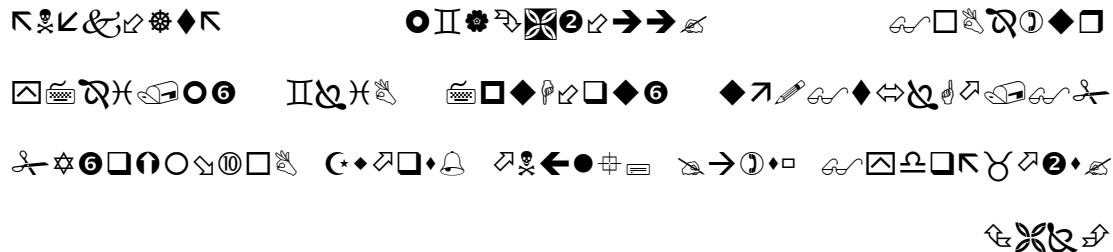
Ayat tersebut adalah perintah Allah SWT kepada Nabi Musa dan Harun supaya menyampaikan ayat-ayat Allah dengan kata-kata yang lemah lembut, kepada Fir'aun yang sudah melampaui batas dan kejam. Dengan *qaulan layina*, hati komunikan akan merasa tersentuh dan jiwanya tergerak untuk menerima pesan komunikasi yang disampaikan. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam komunikasi Islam harus menghindari kata-kata yang kasar dan suara yang bernada keras dan tinggi.

6. *Qaulan Maysura*

Maysura berasal dari kata *yasara* artinya mudah. Jadi, *qaulan maysura* adalah perkataan/ucapan yang mudah. Ucapan yang mudah dan tidak menyinggung perasaan

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* h. 315.

orang lain dan melahirkan harapan yang positif. Dalam QS. Al-Isra'/17: 28, Allah berfirman :



Terjemahnya :

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”³¹

Salah satu prinsip komunikasi dalam Islam adalah setiap berkomunikasi harus bertujuan mendekatkan manusia dengan tuhan dan hamba-hambanya yang lain. Islam mengharamkan setiap komunikasi yang membuat manusia terpisah dari Tuhannya dan hamba-hambanya. Seorang komunikator yang baik adalah komunikator yang mampu menampilkan dirinya sehingga disenangi orang lain. Untuk bisa disenangi oleh orang lain, ia harus memiliki sikap simpati dan empati. Namun dalam komunikasi, tidak hanya sikap simpati dan empati yang dianggap penting karena sikap tersebut relatif abstrak dan tersembunyi, tetapi juga harus dengan pesan-pesan komunikasi yang disampaikan secara bijaksana dan menyenangkan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *qaulan maysura* bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti dan dipahami oleh komunikan.

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* h. 286.

Makna lainnya adalah kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal yang menggembirakan.

As-Sa'di membagi sumber media dengan tiga kalisifikasi :

1. Berita dari seorang yang jujur yang secara hokum harus diterima
2. Berita dari seorang pendusta yang harus ditolak
3. Berita dari seorang yang fasik yang membutuhkan klarifikasi, cek dan ricek akan kebenarannya.

D. Berita Televisi

1. Kaidah Berita Televisi

Televisi adalah media massa pandang dengar, yang berarti siaran televisi dapat maka siaran televisi harus memadukan unsur gambar, naskah dan suara. Ketiga unsur tersebut harus sinkron. Oleh karena itu, dalam berita televisi ada tiga kaidah yang harus diperhatikan, yakni:

a. Kaidah Gambar (*video*)

Gambar merupakan unsur pertama dan dalam berita televisi. Selain itu, gambar merupakan kekuatan utama dalam berita televisi, karena gambar ikut berbicara bahkan kadang lebih berbicara dari naskah dan audio. Agar gambar dalam berita televisi itu menarik ada beberapa unsur yang harus dimiliki, yakni:

- 1) Aktualitas adalah gambar berita televisi yang ditampilkan dalam berita harus aktual atau paling baru.
- 2) Sinkronisasi yakni gambar berita televisi harus sinkron dengan peristiwa yang diinformasikan antara naskah dengan gambar harus sesuai.

- 3) Simbolis yakni gambar simbolis berarti bukan gambar sesungguhnya dalam berita, tetapi hanya menggambarkan kejadian yang diberitakan. Hal ini dikarenakan gambar yang sesungguhnya sulit didapat.
- 4) Ilustrasi adalah gambar berita yang dibuat atau direkayasa berdasarkan suatu peristiwa yang memang terjadi, tetapi gambar yang aktual, sinkron dan simbolis tidak tersedia.
- 5) Dokumentasi yakni dokumen gambar yang kadangkalanya diperlukan kalau peristiwa itu sangat penting, sementara gambar yang aktual, sinkron dan simbolis tidak tersedia.
- 6) Estetika yaitu gambar berita televisi harus bersifat estetis, agar enak dipandang, kemudian gambarnya yang dihasilkan fokus, komposisinya bagus dan warna yang didapat jelas.

b. Kaidah Naskah

Naskah berita televisi sebagaimana naskah berita pada umumnya harus memenuhi unsur 5W+1H. Ada dua bentuk penyajian naskah berita yaitu :

- 1) Naskah *reading* adalah naskah berita yang seluruh isinya, mulai dari lead sampai tubuhnya dibaca oleh presenter.
- 2) Naskah *voice over* adalah naskah berita yang leadnya dibaca presenter sedangkan tubuhnya di dubbing.

c. Kaidah Suara

Audio atau suara dalam berita televisi sangatlah penting, disamping gambar dan naskah. Suatu berita biarpun ada naskah dan gambarnya, tetapi tidak ada suara, maka berita tersebut tidak akan jelas maksudnya. Selain gambar dan naskah, audio juga merupakan salah satu unsur pada berita televisi, jadi apabila salah satu dari unsur tersebut tidak ada maka bukan berita namanya. Ada dua unsur audio dalam berita televisi, yakni:

- 1) *Atmosfer* adalah suasana dari suatu peristiwa yang gambarnya diberitakan
- 2) *Narasi* adalah suara reporter, baik berdasarkan naskah yang dibaca maupun melaporkan tanpa naskah dan suara narasumber yang diwawancarai.

2. Kriteria Nilai Berita

Kriteria umum nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni para reporter dan editor untuk memusatkan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik.

- a. Keluarbiasaan (*unusualness*). Pandangan jurnalis tentang berita bukanlah suatu peristiwa biasa, melainkan suatu yang luar biasa.
- b. Kebaruan (*newness*). Berita adalah apa saja yang disebut hasil karya terbaru.
- c. Akibat (*impact*). Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas, dan suatu peristiwa yang diberitakan tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat.
- d. Aktual (*timeliness*). Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya.

- e. Kedekatan (*proximity*). Berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti: kedekatan geografis, yang menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi di sekitar tempat tinggal kita; dan kedekatan psikologis, yang lebih ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang terhadap suatu objek peristiwa atau berita.
- f. Informasi (*information*). Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian.
- g. Konflik (*conflict*). Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau sarat dengan dimensi pertentangan.
- h. Orang penting (*public figure, news maker*). Berita adalah orang-orang penting, ternama, pesohor, selebriti, figur dan publik.
- i. Kejutan (*surprising*). Kejutan adalah sesuatu yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, tidak direncanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya.
- j. Ketertarikan manusiawi (*human interest*). Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti pada seseorang, sekelompok orang, atau bahkan lebih jauh lagi pada suatu masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya.

k. Seks (*sex*). Berita adalah seks, seks adalah berita. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan, pasti menarik dan menjadi sumber berita. Seks memang identik dengan perempuan.³²

E. Proses Produksi Program Televisi

Berita sebelum disajikan kepada masyarakat mengalami suatu proses. Proses berasal dari bahasa Latin *processus* yang berarti gerakannya, jalannya, kemajuan, berhasil, perkara; berasal dari *procession* (bahasa Inggris) yang artinya gerakan, maju, prosesi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, proses adalah rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan suatu produk. Sedangkan produksi adalah barang yang dihasilkan atau kegiatan yang menghasilkan suatu barang ataupun jasa.³³

Proses merupakan suatu rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan suatu produk. Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah program berita televisi, dalam proses produksi berita organisasi penyiaran bertindak sebagai tempat pengolahan siaran, yang tiap harinya menyelenggarakan program siaran. Sebelum diproduksi, sebuah berita harus dicari, dikumpulkan, diseleksi dan diolah. Setelah itu berita harus melalui tiga langkah, yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Tujuan dari sebuah program, baik berita maupun hiburan adalah

³² A.S. Haris Sumandiria, *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, h. 80-91

³³ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 701- 703.

menciptakan program tersebut sesuai dengan fakta, menarik, komunikatif, sehingga khalayak memperoleh informasi yang bermanfaat dan terhibur.³⁴

Merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan dihadapkan pada lima hal yang memerlukan pemikiran mendalam, antara lain:

1. Materi Produksi

Materi produksi adalah barang atau material yang akan diproduksi menjadi sebuah tayangan yang layak siar dan layak jual sekaligus. Materi produksi dapat berupa apa saja, seperti kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, binatang dan manusia merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu.

2. Sarana Produksi

Sarana produksi adalah sarana yang menjadi penunjang terwujudnya ide menjadi konkret, yaitu hasil produksi. Ada tiga unit pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi, yaitu unit peralatan perekam gambar, unit peralatan perekam suara dan unit peralatan pencahayaan.

3. Biaya Produksi

Seorang produser harus memikirkan seberapa besar jumlah biaya produksi itu untuk memperoleh dukungan finansial dari suatu pusat produksi atau stasiun televisi.

³⁴ J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), h. 32.S

4. Organisasi Pelaksana Produksi

- a. Direktur Pemberitaan (*News Director*), yaitu pemimpin pusat pemberitaan yang bertanggung jawab secara keseluruhan atas jalannya roda penyelenggaraan siaran pemberitaan. Tugas direktur pemberitaan adalah mengatur dan bertanggung jawab atas seluruh personel pusat pemberitaan, pembiayaan, kebijakan siaran pemberitaan, kelancaran produksi dan siaran pemberitaan, serta pengadaan hubungan dengan instansi di luar pemberitaan.
- b. Produser Ekskutif (*Executive Producer*), yang bertanggung jawab terhadap penampilan jangka panjang program berita secara keseluruhan seperti setting, dekor, latar belakang, atau tampilan yang menjadi ciri khas program berita tersebut. Melakukan pengawasan terhadap kerja reporter dan produser serta memastikan staf redaksi mematuhi *style* (gaya siaran) yang telah ditetapkan dan konsisten dengan ketepatan tersebut juga adalah tugasnya.
- c. Produser, yakni yang tugasnya bertanggung jawab terhadap suatu program berita. Selain itu, ia yang memutuskan berita apa saja yang akan disiarkan, berapa lama durasinya dan format berita apa yang digunakan.
- d. Kameramen, yakni orang yang meliput sebuah kejadian (peristiwa) lalu merekamnya dengan menggunakan kamera untuk dijadikan bahan pemberitaan.
- e. *Editor*, ia adalah orang yang mengedit, menyunting, atau memotong bahan-bahan pemberitaan untuk kemudian dapat dihadirkan kepada pemirsa atau *audience*.

f. Pengarah program, orang yang bertanggung jawab secara teknis atas kelancaran suatu acara televisi. Kedudukan pengarah program terkait langsung dengan penampilan (*show*) suatu program berita pada saat ditayangkan (*on air*).

g. Reporter, yaitu seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita untuk disiarkan melalui media massa.

h. Penyiar Berita (*Anchor*), yakni orang yang membawakan siaran berita.

5. Tahap Pelaksanaan Produksi

Suatu produksi program televisi yang melibatkan banyak peralatan, orang, biaya yang besar, organisasi pelaksanaan yang rapi juga perlu suatu tahapan produksi yang jelas dan efisien. Menurut Fred Wibowo dalam bukunya “Teknik Produksi Program Televisi” mengemukakan bahwa tahapan produksi terdiri dari tiga bagian, yang di televisi lazim disebut dengan *Standars Operation Procedure* (SOP), sebagai berikut:

a. Pra produksi : Tahap ini meliputi penemuan ide, perencanaan dan persiapan produksi program televisi.

- 1) Penemuan Ide. Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

- 2) Perencanaan. Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), pemilihan narasumber, lokasi dan *crew*. Selain estimasi biaya

dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

- 3) Persiapan. Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan, surat-menyerat, pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.

b. Produksi : Setelah perencanaan dan persiapan selesai maka pelaksanaan produksi bisa dilakukan. Pada saat proses produksi ada dua tahapan yang dilalui kru televisi, yaitu: produksi lapangan dan produksi studio.

c. Pasca produksi : Tahap ini terdiri atas tiga langkah utama, yaitu *editing offline*, *editing online* dan *mixing*.

- 1) *Editing offline*. Setelah proses meliput (*shooting*) dilakukan, penyusun naskah pria (*script boy*) atau penyusun naskah wanita (*script girl*) membuat *logging*, yaitu mencatat kembali semua hasil *shooting* berdasarkan catatan (*shooting list*) dan gambar pengambilan (*visual capture*). Di dalam *logging* *time code* (nomor kode yang berupa digit frame, detik, menit dan jam yang dimunculkan dalam gambar) hasil pengambilan setiap liputan dicatat.

- 2) *Editing online*. Berdasarkan naskah yang akan disunting (*editing*), editor mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan-sambungan setiap *shoot* dan *scene* dibuat tepat berdasarkan catatan *time-code* dalam naskah *editing*.

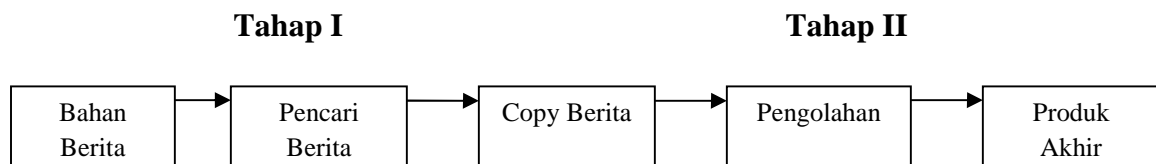
3) *Mixing* (pencampuran gambar dengan suara). Narasi yang sudah direkam dan ilustrasi musik yang juga sudah direkam dimasukkan ke dalam pita hasil dari *editing online* sesuai dengan petunjuk dalam naskah editing.³⁵

F. Tinjauan Teori

1. Teori Bass

Teori Bass menjelaskan proses pencarian dan pengumpulan bahan berita atau proses produksi sebuah berita sebagai berikut:

Tindakan *gatekeeping* yang paling penting terjadi di dalam organisasi pemberitaan dan bahwa prosesnya dapat dibagi dalam dua tahap: perolehan berita dan pengolahan berita, seperti pada gambar berikut :



Bass menjelaskan tahap pertama terjadi ketika para pencari berita membuat “berita kasar” (peristiwa, pidato dan konferensi pers) menjadi “copy berita” atau “bahan berita”. Tahap kedua terjadi ketika para pengolah berita merubah atau menggabung-gabungkan bahan itu menjadi “hasil akhir” (sebuah surat kabar atau sebuah siaran berita) yang disiarkan kepada umum.³⁶

³⁵ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007), h.23-44

³⁶ Nurhasanah, *Blog Nurhasanah*, http://repository.uinjkt.ac.id/dsp_ace/bitstream/123456789/976/1/97521-NURHASANAH-FDK.PDF (SECURED) (Diakses 8 november 2014)

2. Teori Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting ini. Teori ini muncul sekitar tahun 1973 dengan publikasi pertamanya berjudul “*The Agenda Setting Function of The Mass Media*” *Public Opinion Quarterly* No. 37.

Teori penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan kepada kita apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung.

Mengikuti pendapat Chaffed dan Berger, ada beberapa catatan yang perlu dikemukakan untuk memperjelas teori ini.

- a. Teori ini mempunyai kekuatan penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting suatu isu
- b. Teori ini mempunyai kekuatan memprediksi sebab memprediksi bahwa jika orang-orang mengekspos pada satu media yang sama, mereka akan merasa isu yang sama tersebut penting

- c. Teori ini dapat dibuktikan salah jika orang-orang tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak akan mempunyai kesamaan bahwa isu media itu penting.³⁷

Penelitian ini menggunakan teori bass dan teori agenda setting sebagai karena meneliti bagaimana produksi program Komunitas Celebes yang kemudian berkontribusi dalam peningkatan nilai sosial atau mengetahui bagaimana program tersebut dikemas yang kemudian dapat meningkatkan nilai sosial.

³⁷ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, h. 195-197.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan hal yang esensial di dalam suatu penelitian ilmiah. Agar hasil penelitian yang ditemukan dapat menjadi pengetahuan yang teruji maka setiap penelitian harus mengikuti prosedur yang berlaku. Ketepatan dalam menggunakan metode dalam suatu penelitian yang disesuaikan dengan objek penelitian dan tujuan yang ingin dicapai dapat memberikan hasil yang optimal. Oleh karena itu dengan penguasaan metodologi penelitian secara mantap, diharapkan penelitian dapat berjalan dengan baik, terarah dan sistematis. Metode-metode penelitian yang dibatasi secara sistematis sebagai berikut:

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif. Istilah deskriptif berasal dari istilah bahasa Inggris *to describe* yang berarti memaparkan atau menggambarkan sesuatu hal. Misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain. Dengan demikian yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.³⁸

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), h.3.

Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.³⁹

Lokasi Penelitian dalam penelitian ini di Redaksi Celebes TV yang berkedudukan di Menara Bosowa Lantai 15, Jl Jend Sudirman No 5.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan komunikasi, dimana secara langsung mendapat informasi dari informan. Alasan menggunakan pendekatan tersebut untuk mengetahui bagaimana proses produksi program Komunitas Celebes yang kemudian dapat meningkatkan nilai sosial berdasarkan data yang dikumpulkan, yakni wawancara peneliti dengan narasumber dan observasi yang dilakukan selama proses tersebut.

C. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yakni:

1. *Library Research* (riset kepustakaan) yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, dengan cara mengumpulkan data-data atau dokumen-dokumen perusahaan maupun literatur-literatur yang terkait dengan penelitian.
2. *Field Research*, yaitu mengumpulkan data melalui penelitian lapangan, dengan menggunakan metode sebagai berikut:

³⁹ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), cet. ke-23, h. 4.

a) Metode Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap gejala/fenomena/obyek yang akan diteliti.⁴⁰ Pengamatan ini dilakukan dengan cara observasi partisipan, dengan menggunakan alat bantu seperti alat tulis menulis, *tape recorder* dan sebagainya.

b) Metode Wawancara/*Interview*

Wawancara adalah percakapan antar peneliti (seseorang yang berharap mendapatkan informan) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek).

Wawancara atau *interview* merupakan metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung kepada orang yang dapat memberikan keterangan. Teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian.

Penelitian yang menggunakan metode kualitatif, peran informan merupakan hal yang sangat penting dan perlu. Penentuan informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum.

⁴⁰ Abu Achmad dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h.70.

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan menggunakan cara-cara tertentu. Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara selanjutnya diolah. Pengolahan data hasil observasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mencatat hasil dari apa yang diamati di lapangan. Pengolahan data dari hasil wawancara dilakukan dengan cara mendengarkan ulang rekaman wawancara kemudian menuliskannya kembali. Sedangkan pengolahan data dari hasil dokumentasi dilakukan dengan menonton tayangan program Komunitas Celebes.. Data-data yang telah diolah selanjutnya akan di analisis kemudian menyimpulkan pembahasan dalam penelitian ini.

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengkoordinasikan data-data dan memilihnya menjadi sesuatu yang dapat diolah, mencari dan memutuskan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan orang lain.⁴¹ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif, yakni cara melaporkan data dengan memberi gambaran atau melukiskan mengenai proses produksi program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial.

⁴¹ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Kualitatif*, h. 248.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Celebes TV

1. Profil Celebes TV

Celebes TV adalah stasiun televisi berita lokal untuk daerah Sulawesi yang merupakan perusahaan pemilik Bosowa Corporation yang diluncurkan 16 Juli 2011 (siaran uji coba), 1 Agustus 2011 (siaran resmi). Celebes TV berada dalam kanal 31 UHF dan disiarkan di enam Kabupaten/Kota di Sulawesi Selatan yaitu Makassar, Maros, Pangkep, Barru, Gowa, Takalar dan Jenepono. Studio Celebes TV terletak di Menara Bosowa Lantai 15 Jl Jendral Sudirman Nomor 5 Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia.

Celebes TV merupakan televisi lokal ketiga yang ada di Kota Makassar, setelah Makassar TV dan Fajar TV. Celebes TV merupakan televisi lokal yang sumber daya manusianya merupakan gabungan, mantan sejumlah karyawan televisi nasional. Modal pengalaman bekerja di televisi nasional para awak Celebes TV diyakini mampu menyajikan siaran televisi lokal dengan kualitas nasional.

Konstalisasi industri pertelevisian Indonesia yang penuh dinamika, rencana PT Sunu Network Broadcast Televisi membangun sebuah stasiun televisi lokal Makassar, Sulawesi Selatan, dengan nama “Celebes TV” merupakan suatu langkah yang tepat, mengingat Makassar dan Sulawesi Selatan merupakan kawasan yang

dinamis, terus berkembang dan diakui sebagai lokomotif pembangunan nasional untuk kawasan Timur Indonesia.

PT Sunu Network Broadcast Televisi perusahaan pemilik Celebes TV menjalin kerja sama dengan PT Media Televisi Indonesia perusahaan pemilik Metro TV. Kerja sama ini berupa dukungan untuk operasional siaran televisi lokal yang merupakan anak perusahaan Bosowa Corporation ini. Awal kerja sama ditandai melalui penandatanganan *Memorandum Of Understanding* (MOU) atau nota kesepahaman di Menara Bosowa tanggal 25 februari 2011. Penandatanganan MOU ini dilakukan direktur utama Celebes TV, Husain Abdullah dan direktur utama Metro Tv, Wisnu Hadi. Husain Abdullah mengatakan televisi lokal ini dibangun dengan semangat muda dan jurnalis muda, bekal inilah yang akan menjadikan Celebes TV sebagai televisi lokal yang mampu bersaing dengan televisi nasional.

Penandatanganan MOU disaksikan oleh komisaris utama PT Sunu Network Broadcast Televisi, Maddo Pammusu, Rusdin Tompo dan Anis Sakaria Kama. Sementara itu, Wali Kota Makassar kala itu Ilham Arif Sirajuddin bersama pendiri bosowa Aksa Mahmud meresmikan kantor dan studio Celebes TV milik PT SUNU Network Broadcast Televisi 16 juli 2011. Peresmian ini, sebagai bagian dari hari jadi Aksa Mahmud.

Celebes TV menyajikan sejumlah tayangan, informatif, inovatif dan mendidik. Televisi ini diharapkan menjadi media informasi bagi masyarakat Sulawesi Selatan khususnya warga Makassar. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2003 tentang Penyiaran yang mulai diberlakukan akhir 2009 menandai mulainya era baru dalam

pertelevisian di tanah air. Undang-undang yang didasari semangat otonomi daerah ini memungkinkan tumbuhnya stasiun televisi lokal diberbagai daerah, sehingga tercipta desentralisasi informasi di Indonesia, yang sebelumnya cenderung bersifat Jakarta-sentris.

Celebes TV yang bila disingkat menjadi CTV, dapat juga diartikan sebagai City TV, sehingga Celebes TV dapat dilihat sebagai stasiun televisi milik Sulawesi Selatan yang sekaligus milik kota Makassar.

Secara bersamaan, Celebes TV adalah City TV yang juga mewakili karakter kota metropolitan Makassar yang kontemporer, dinamis dan moderen yang terus membangun dan bergerak sesuai perkembangan zaman, yang terbuka bagi semua upaya untuk mengangkat martabat warganya.

2. Visi dan Misi Celebes TV

a. Visi

Visi Celebes TV adalah menjadi lembaga penyiaran televisi yang inovatif dan dinamis yang mampu mengedepankan potensi daerah dan masyarakat Sulawesi Selatan, baik kepada masyarakatnya sendiri maupun seluruh Indonesia.

b. Misi

Berdasarkan visi tersebut, maka Celebes TV akan mencapai misi sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan kegiatan penyiaran televisi sebagai media berita dan informasi yang sehat, mendidik dan membangun, yang dapat menjadi acuan gerak hidup masyarakat Sulawesi Selatan.

- 2) Menjadi mitra bagi lembaga pemerintah daerah dan dunia usaha Sulawesi Selatan dalam upaya menyukseskan berbagai program pembangunan bagi keperluan masyarakat, termasuk membantu peningkatan investasi daerah.
- 3) Menjadi lembaga penyiaran unggulan dan kebanggaan semua lapisan masyarakat Sulawesi Selatan.

3. Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi Celebes TV

Celebes TV hadir sebagai televisi berita pertama di kota Makassar yang akan memenuhi kebutuhan informasi yang cepat, faktual, edukatif dan berpengaruh, mengedepankan potensi daerah dengan segala aspek kehidupan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat Sulawesi Selatan pada umumnya dan masyarakat Makassar pada khususnya. Program acara yang Celebes TV berikan bertujuan membangkitkan motivasi dan memberi inspirasi bagi pemirsa.

Celebes TV satu-satunya televisi lokal yang bekerja sama dengan stasiun televisi nasional metro Tv sehingga dapat melakukan kerja sama siaran nasional baik langsung maupun program ready to air. Ikatan kerjasama yang sudah dijalin dengan Metro Tv adalah juga sebuah kekuatan yang dipastikan akan sangat mendukung Celebes TV, baik dari segi komersial maupun citra yang akan dibentuk. Selain itu, Celebes TV juga menerapkan teknologi pertelevisian mutakhir, yang memungkinkan penayangan program-program yang secara teknis pasti bermutu, selain isi yang juga berkualitas.

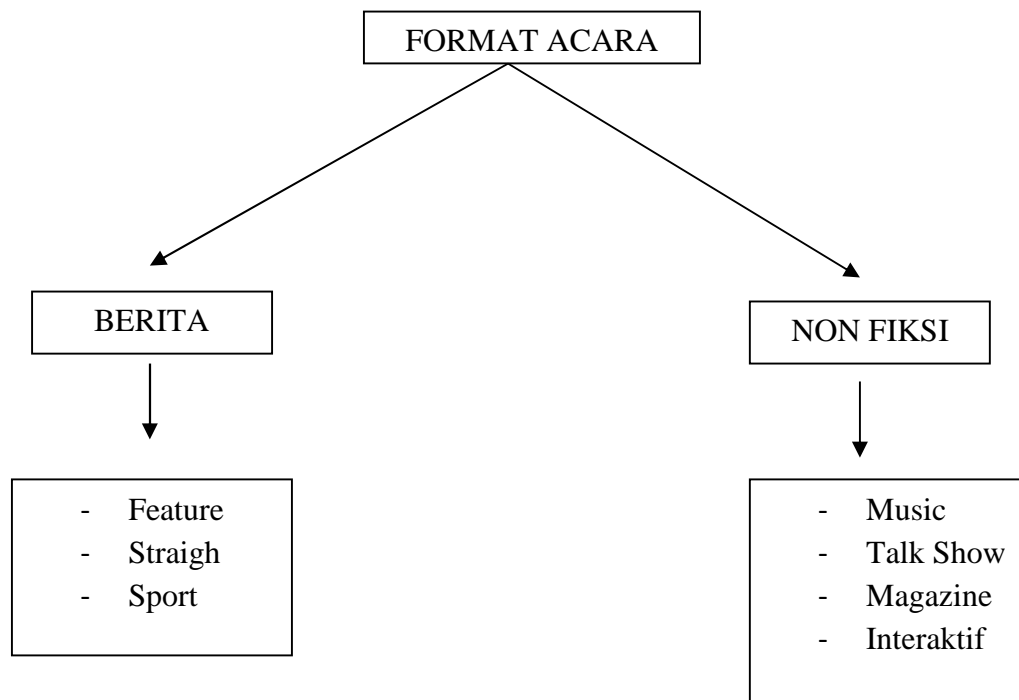
Dengan spirit “pemimpin perubahan, Celebes TV menjadi lembaga penyiaran yang inovatif, kreatif dan dinamis sekaligus menjadi televisi kebanggaan Makassar.

4. Logo dan Tagline

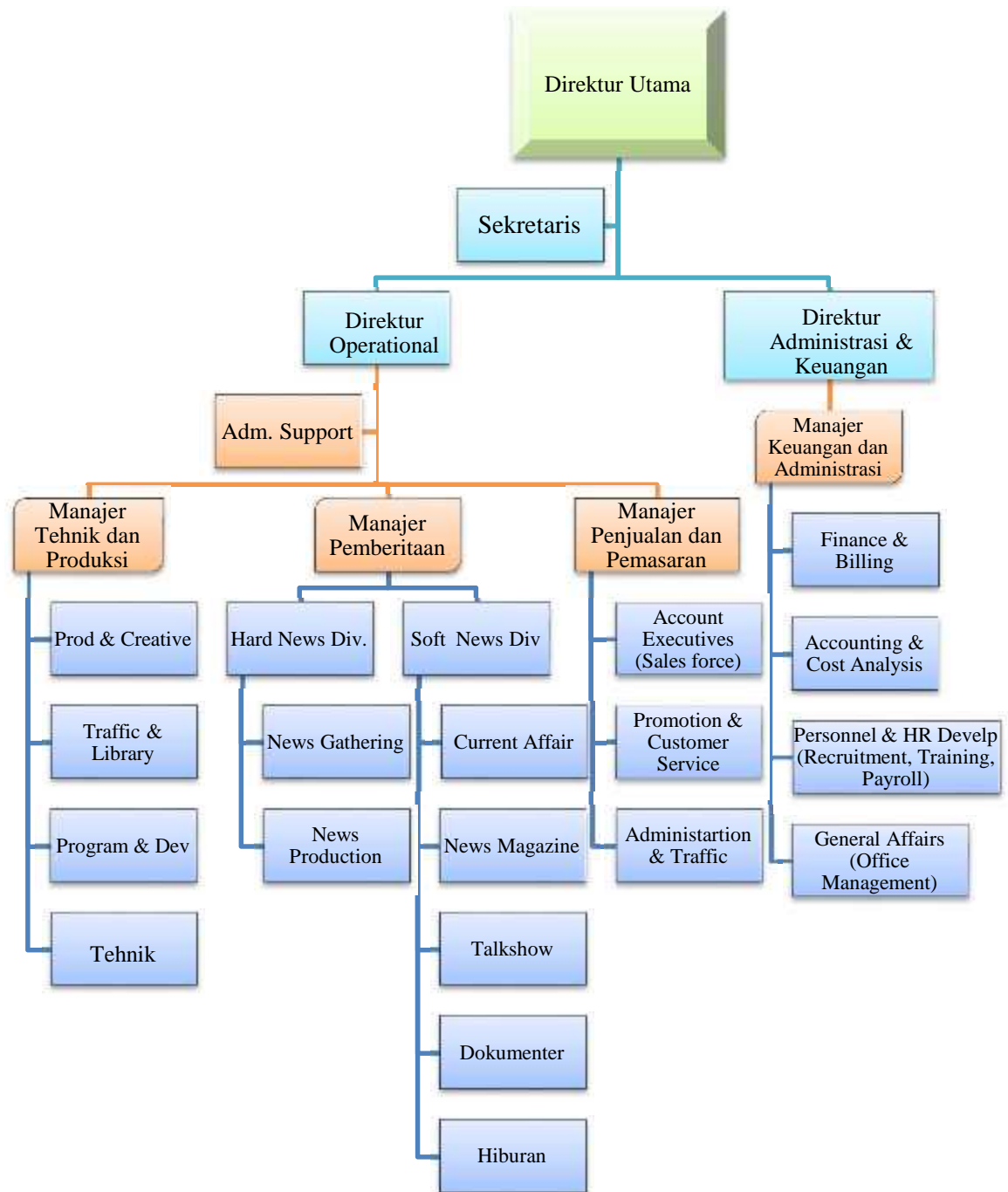


Adapun tagline dari Celebes TV yaitu “Terkini dari Tradisi Sulawesi.

5. Format Acara Celebes TV



6. Struktur Organisasi Celebes TV



7. Pangsa Pasar dan Cakupan Wilayah

Pasar yang Celebes TV bidik adalah :

- a. Usia : < 15-> 50 tahun
- b. Jenis kelamin : Pria (40 %) dan wanita (60 %)
- c. Pendidikan : Tamat SMP sampai dengan perguruan tinggi
- d. Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, pekerja dan wiraswasta.

Cakupan wilayah Celebes TV

- a. Kota Makassar
- b. Kabupaten Gowa
- c. Kabupaten Takalar
- d. Kabupaten Maros
- e. Kabupaten Pangkep
- f. Kabupaten Jeneponto⁴²

B. Proses Produksi Acara Komunitas Celebes

Proses produksi sebuah program televisi termasuk program Komunitas Celebes pasti memerlukan beberapa hal yang dianggap penting. Hal-hal tersebut harus dipikirkan secara matang oleh seorang produser atau bagian yang bertanggung jawab terhadapnya. Sebagaimana pendapat Fred Wibowo dalam bukunya, Teknik Produksi Program Televisi, seorang produser dihadapkan oleh lima hal penting yang harus secara matang dipikirkan. Kelima hal itu adalah materi produksi, sarana

⁴² Mimi Nurilmi (22 tahun), HRD Celebes TV, Makassar, 30 Januari 2015.

produksi, biaya produksi, organisasi pelaksana produksi, dan terakhir adalah tahapan pelaksanaan produksi.

Program Komunitas Celebes juga sangat memperhatikan kelima hal tersebut. Dalam proses produksi berita atau informasinya, kelima hal itu jelas dipikirkan secara matang agar mendapatkan hasil siaran yang baik dan diminati masyarakat. Terutama agar menghasilkan siaran berita yang lebih dekat dengan kehidupan audiensnya dan berbeda dengan program lainnya.

1. Materi Produksi

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa program Komunitas Celebes merupakan program dalam format *entertainmen* (hiburan) yang lebih menitikberatkan pada penyajian *feature* sehingga mudah diterima di masyarakat karena sajian informasinya berupa *feature* dan lebih ringan dibanding dengan sajian *news* lainnya. maka untuk materi beritanya pun berbeda.

Materi produksi untuk program Komunitas Celebes adalah berbagai informasi yang lebih *soft*. Secara umum, materi Komunitas Celebes biasanya bersifat hiburan dan mendidik seperti lokasi-lokasi wisata, mainan edukatif, kehidupan masyarakat, hobi dan lain-lain. Pada intinya, materi ini disajikan sebagai pemberi inspirasi bagi keluarga untuk berwisata, memilih permainan edukatif bagi anak-anaknya, mengetahui bagaimana kehidupan masyarakat serta hobi masyarakat yang dapat memberi manfaat bagi masyarakat lainnya.

Materi program Komunitas Celebes berasal dari ide produser, kemudian dilakukan *survey* untuk mendata narasumber kemudian mengatur jadwal untuk *take*

gambar. Produser memiliki pertimbangan sendiri dalam memilih komunitas yang akan dijadikan narasumber tiap minggunya karena setiap komunitas selalu menonjolkan nilai-nilai yang berbeda. Konsep tayangan Komunitas Celebes tiap minggunya dilakukan secara variatif agar masyarakat tidak jenuh dengan tayangan yang disajikan. Tayangan program Komunitas Celebes diharapkan dapat memberi banyak dampak positif kepada masyarakat.⁴³

Selain dari yang telah ditentukan oleh produser yang telah diagendakan, materi biasanya didapat dengan cara riset. Riset yang dilakukan oleh presenter dan kameramen juga bisa diambil sebagai bahan materi produksi berita. Hasil riset yang telah disetujui oleh produser yang nantinya akan menjadi bahan liputan sebagai materi berita untuk Komunitas Celebes.⁴⁴

2. Sarana Produksi

Setiap proses produksi berita di stasiun televisi pasti memerlukan sarana pendukung demi kelancaran sebuah proses. Begitu juga dengan program Komunitas Celebes. Proses peliputan atau saat produksi dan siap ditayangkan, program Komunitas Celebes membutuhkan berbagai sarana sebagai pendukung kelancaran dalam proses produksi. Sarana pendukung dalam proses produksi Komunitas Celebes

⁴³ Rizki Kasim (35 tahun), Produser Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar, 30 Januari 2015.

⁴⁴ Sucita Indah (22 tahun), Presenter Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar, 3 Februari 2015.

yang harus dipersiapkan yaitu kamera dan perangkatnya seperti baterai, tripod, memori, lampu pencahayaan dan *clip on*.⁴⁵

Selain itu, secara otomatis membutuhkan apa yang disebut *control room*, yang nantinya sangat dibutuhkan ketika siaran berita ditayangkan. Sarana lainnya meliputi komputer, layanan internet, telepon dan studio. Berbagai sarana tersebut sangat diperlukan guna mendukung kelancaran proses produksi berita pada program Komunitas Celebes.

3. Biaya Produksi

Biaya produksi dalam pelaksanaan produksi program Komunitas Celebes juga sangat diperlukan. Proses produksi tanpa biaya, tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karenanya, biaya produksi harus direncanakan secara matang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Rizki, produser Komunitas Celebes, biaya diperoleh dari divisi marketing yang bertanggung jawab terhadap biaya pengeluaran dalam proses produksi dalam program acara di Celebes TV. Begitu juga dengan proses produksi pada Komunitas Celebes, biaya yang didapatkan dari divisi marketing. Biaya dalam proses produksi Komunitas Celebes tidak selalu sama. Pengeluaran biaya bergantung atas lokasi pelaksanaan produksinya. Jika di luar kota bisa sampai dua juta rupiah tetapi jika proses peliputannya di dalam kota maka biaya yang diperlukan minimal dua ratus ribu

⁴⁵ Budi Hidayat (32 tahun), Kameramen Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar 03 Februari 2015.

rupiah. Belum lagi jika mendapat sponsor, maka biaya yang diperlukan lebih sedikit lagi jadi biaya produksi untuk program Komunitas Celebes tidak selalu sama.⁴⁶

Meskipun seperti itu, divisi program yang bertugas mencari berita untuk ditayangkan, termasuk Komunitas Celebes dengan divisi marketing yang bertugas menyediakan biaya produksi saling melakukan kerja sama agar program tetap bisa berjalan dengan lancar dan biaya bisa dipenuhi secara baik.

4. Organisasi Pelaksana Produksi

Secara umum, organisasi pelaksana produksi yang saling bekerja sama dalam program Komunitas Celebes terdiri dari produser, *presenter*, kameramen dan *editor*.

- a. Produser : Seseorang yang bertanggung jawab untuk mempersiapkan penayangan suatu program berita. Produser acara harus memutuskan berita apa yang akan disiarkan dan ia mempersiapkan segala sesuatu agar berita itu dapat ditayangkan.
- b. *Presenter* : Seseorang yang bertugas meliput dan memandu suatu berita bersama kameramen yang telah ditugaskan oleh produser. *Presenter* juga bertugas untuk melakukan *dubbing*.
- c. Kameramen : Seseorang yang bertugas merekam gambar pada saat peliputan.
- d. *Editor* : Seseorang yang bertanggung jawab terhadap proses *editing* gambar. Ia juga bertugas menggabung-gabungkan potongan-potongan bahan berita hingga menjadi kesatuan yang utuh.

⁴⁶ Rizki Kasim (35 tahun), Produser Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar, 30 Januari 2015.

5. Tahapan Pelaksanaan Produksi

Sama seperti program lainnya, Komunitas Celebes juga melewati beberapa tahapan proses produksi beritanya. Mulai dari bagaimana materi berita diperoleh, hingga materi berita yang sudah siap siar. Tahapan proses produksi menurut Fred Wibowo dalam bukunya Teknik Produksi Program Televisi, meliputi proses yang terdiri dari pra produksi, produksi, serta pasca produksi.

a. Pra produksi

Dalam tahapan pertama ini memiliki tiga bagian, sebagai berikut:

1. Penemuan ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser memiliki atau menemukan ide dan gagasan dalam menentukan tema maupun isi materi berita yang akan diliput. Tidak hanya produser, pihak lain seperti *presenter* juga bisa mengajukan saran sebagai bahan liputan. Namun, semua itu harus dilakukan terlebih dahulu apa yang dinamakan riset. Riset dilakukan terhadap suatu hal atau peristiwa yang dianggap menarik dijadikan materi liputan.

2. Perencanaan

Tahap ini dilakukan setelah penemuan ide selesai. Ide atau gagasan yang kemudian dijadikan bahan atau materi program telah dipikirkan secara matang oleh produser. Pada saat inilah, semua akan direncanakan. Penetapan tim liputan, penetapan jangka waktu liputan, serta lokasi liputan. Selain estimasi biaya dan rencana alokasi dana yang disediakan oleh bagian marketing juga harus direncanakan secara hati-hati dan teliti.

3. Persiapan

Setelah semua apa yang menjadi gagasan selesai direncanakan dengan matang dan baik, tahap selanjutnya adalah melakukan persiapan. Persiapan meliputi kegiatan pemberesan semua perijinan. Persiapan keberangkatan tim liputan, pembuatan *setting*, meneliti berbagai keperluan, serta melengkapi peralatan yang diperlukan untuk *taping* selanjutnya.

b. Produksi (pelaksanaan)

1. Liputan berita

Setelah semua gagasan selesai direncanakan dan disiapkan dengan baik, maka pelaksanaan produksi dimulai. Produser serta kru liputan yang bertugas bekerja sama untuk mewujudkan berbagai hal yang telah direncanakan serta disiapkan sebelumnya. Program Komunitas Celebes memiliki sajian berbeda dengan program lainnya. Pertama, proses liputan dilakukan di luar studio (*outdoor*) dengan menampilkan *presenter* beserta komunitas yang telah ditentukan. Kedua, materi yang disajikan berupa *feature* yang menarik dan ringan agar masyarakat lebih mudah dalam menerima informasinya.

Produksi dimulai pada saat kru liputan melakukan *taping* ke suatu lokasi yang telah ditentukan sebagai lokasi *shooting* pengambilan gambar karena konsep dari Komunitas Celebes adalah penyampaian informasi secara santai, maka produksi dilakukan di luar studio (*outdoor*). Proses produksi yang dilakukan secara *outdoor* membutuhkan dua hingga tiga orang kameramen agar mendapatkan gambar yang

lebih bagus dari beberapa angel tetapi pada proses produksi program Komunitas Celebes biasanya hanya dua orang kameramen yang melakukan proses peliputan.⁴⁷

Pada saat semua bahan berita diliput, pada saat itulah berlangsung proses pelaksanaan produksi yang akan diproses lebih lanjut kemudian ditayangkan.

2. Penulisan naskah dan *dubbing*

Setelah meliput berbagai bahan berita, kemudian para kru akan kembali ke kantor redaksi untuk melakukan tugas selanjutnya. Pada program Komunitas Celebes, produser yang menulis naskah sesuai apa yang telah diliput karena divisi program berbeda dengan divisi news. Pada divisi news yang menulis naskah adalah reporter tapi pada divisi program, produserlah yang harus menulis naskahnya.

Kameramen bertugas mengecek ulang gambar yang telah diliput untuk kemudian *dicapture* ke komputer, *presenter* melakukan proses *dubbing* suara setelah naskah selesai ditulis oleh produser. Naskah ditulis sebagaimana fakta yang telah diperoleh. *Dubbing* bisa dilakukan oleh siapapun yang memiliki suara baik dan mampu melakukan *dubbing* suara. Naskah dibacakan oleh seorang *dubber* yang kemudian akan direkam untuk selanjutnya digabungkan bersama gambar-gambar.

c. Pasca produksi (penyelesaian/penyuntingan dan penayangan)

Pasca produksi merupakan tahap akhir setelah gagasan ditemukan, direncanakan dan disiapkan secara matang serta di produksi atau diliput dan ditulis

⁴⁷ Budi Hidayat (32 tahun), Kameramen Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar 03 Februari 2015

dalam bentuk naskah yang juga *didubbing*. Tahapan ini meliputi proses penyuntingan atau *editing* gambar serta penayangan di studio.

1. Penyuntingan atau *editing*

Setelah materi berita diliput, naskah rapi telah *didubbing* dan gambar liputan telah dipastikan tidak ada masalah, maka tahap selanjutnya adalah proses penyuntingan atau *editing*. Proses *editing* dilakukan setelah tersedianya *file* rekaman gambar liputan dan naskah rapi yang telah *didubbing*, jika kedua hal itu telah siap, maka semua siap *diedit*.

Menurut Ahmad Luthfi Jamal, *editor* program Komunitas Celebes, proses pengeditan dimulai dengan *pengcapturean* gambar, artinya memasukkan seluruh *shoot* gambar rekaman yang telah diliput kameramen. Seluruh gambar dipindahkan ke dalam komputer di ruang *editing*. Penyusunan gambar tidak mesti berurutan, oleh karena itu seorang *editor* menyusun seluruh *shoot* atau gambar. Setelah seluruh gambar tersusun dengan baik, maka gambar tersebut disatukan agar seluruh gambar yang telah disusun dapat dilihat secara utuh. Setelah semua dirasa memuaskan, maka selanjutnya adalah proses *mixing*. *Mixing* adalah proses dimana terdapat penggabungan antara gambar, suara asli, suara narasi atau *dubbing*, musik, *sound effect* dan lainnya. Semua itu harus diseimbangkan sedemikian rupa agar tidak saling mengganggu dan dapat terdengar jelas. Setelah proses *mixing* selesai maka proses *editing* pun selesai. Kemudian hasil *editing* akan diperlihatkan kembali kepada produser untuk memastikan kesinambungan gambar dan suara, kecocokan gambar, durasi dan sebagainya. Setelah produser menyetujui hasil *editing* tersebut, maka hasil

editing akan dicopy ke dalam *hard disk* atau data yang dikirim melalui *server*. Hasilnya akan disampaikan ke *master control room* untuk kemudian ditayangkan.

2. Penayangan

Tahap ini adalah tahapan terakhir setelah bahan berita yang telah *diedit* dicopy ke dalam *hard disk* atau dikirim dalam bentuk data ke *server* yang nantinya sampai pada *master control room* (MCR). Proses produksi program Komunitas Celebes dilakukan selama empat sampai lima hari hingga berita tersebut ditayangkan.

Program Komunitas Celebes bukan tayangan *live* sehingga tidak membutuhkan banyak kru didalam *master control room* (MCR). Hanya membutuhkan tiga sampai empat orang untuk mengoperasikan *tricester*, *playlist*, *stream labs*, *CG* atau *character generator* yang bertugas menyiapkan *template* dan *audio man* yang bertugas mengatur suara karena mereka yang banyak bertanggung jawab saat penayangan dan berkaitan dengan permasalahan durasi acara atau *commercial break* yang akan ditayangkan.

C. Analisis Teori Arus Berita (Bass) dalam Proses Produksi Program Komunitas Celebes

Berdasarkan teori arus berita milik Bass yang menyatakan bahwa dalam produksi sebuah berita, prosesnya akan melalui dua tahapan yang saling berhubungan, peneliti akan menghubungkannya dengan proses produksi Komunitas Celebes.

Bass menjelaskan tahap pertama terjadi ketika para pencari berita membuat berita kasar (peristiwa, pidato dan konferensi pers) menjadi bahan berita. Tahap kedua terjadi ketika para pengolah berita mengubah atau menggabung-gabungkan bahan itu menjadi hasil akhir (sebuah surat kabar atau sebuah siaran berita) yang disiarkan kepada umum.⁴⁸

Penjelasan teori milik Bass tersebut dipahami bahwa proses produksi berita dalam sebuah sajian program berita yang diproduksi oleh suatu organisasi pemberitaan dibagi ke dalam dua tahapan yang saling terkait. Tahap pertama ditandai sebagai proses perolehan dan pengumpulan bahan berita. Ini terjadi ketika pencari berita atau kru yang bertugas mencari dan membuat berita “kasar” menjadi copy berita atau bahan berita. Tahap kedua atau selanjutnya terjadi ketika pengolah berita atau para kru yang bertugas merubah atau menggabung-gabungkan bahan berita yang diperoleh sebelumnya menjadi sebuah hasil akhir, dalam hal ini adalah sebuah siaran Komunitas Celebes.

Tahap I:

1. Tahap pengumpulan bahan-bahan berita

Pada tahap ini, proses produksi berita dimulai dari sebuah proses permintaan atau *request* liputan berita dari seorang produser kepada kru liputan. Program Komunitas Celebes merupakan sajian news yang berbentuk *feature*, maka produser menitikberatkan pada penyajian berita yang bersifat *feature* atau lebih *soft*. Biasanya

⁴⁸ Nurhasanah, *Blog Nurhasanah*, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/9761/97521-NURHASANAH-FDK.PDF> (SECURED) (Diakses 8 november 2014)

ide dari materi yang akan diliput berasal dari produser, kemudian melakukan *survey* untuk mendata narasumber kemudian mengatur jadwal untuk *take* gambar. Selanjutnya produser menentukan dan menugaskan siapa saja kru yang terlibat dalam proses peliputan. Program Komunitas Celebes menitikberatkan pada informasi yang berbentuk *feature*, maka penting sekali ada sebuah tindakan yang dinamakan riset. Riset dilakukan dengan tujuan menentukan lokasi dan tema liputan, dari riset akan diketahui apa langkah selanjutnya yang harus dilakukan *presenter* dan timnya untuk melakukan peliputan.

Riset bertujuan untuk menentukan lokasi *tapingnya* dimana, lokasi liputannya dimana kemudian mengetahui komunitas apa yang akan dihadapi seorang *presenter* dalam proses wawancara agar tidak kehabisan bahan dan pembicaraan tetap terarah sesuai dengan apa yang telah ditentukan oleh seorang produser.

Riset dilakukan sebelum liputan, biasanya *presenter* dan kameramen juga melakukan riset untuk menemukan bahan liputan. Selanjutnya bisa melaporkan apa yang ditemukan dalam riset kepada produser. Produser yang nantinya akan menyetujui dan memutuskan untuk diliput atau tidak.⁴⁹

Secara umum, riset dapat dirumuskan sebagai pencarian pengetahuan atau setiap penyelidikan sistematis terhadap fakta-fakta yang ada. Riset adalah proses mengumpulkan, menganalisis dan menerjemahkan informasi atau data secara

⁴⁹ Sucita Indah (22 tahun), Presenter Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar, 3 Februari 2015.

sistematis, untuk menambah pemahaman kita terhadap suatu fenomena tertentu yang menarik perhatian.⁵⁰

Penugasan produser kepada kru liputan untuk meliput berita kasar yang prosesnya telah dijelaskan adalah sebuah langkah pertama proses peliputan. Ketika satu tim liputan telah menyelesaikan tugasnya dalam meliput, maka berita kasar tersebut sudah didapat dan selanjutnya menjadi bahan berita yang akan *diedit* sebelum akhirnya disiarkan. Dalam program Komunitas Celebes produser terlibat langsung di lapangan dalam proses liputan.

2. Tahap penulisan naskah berita dan *dubbing*

Tahap selanjutnya yaitu penulisan naskah yang dikerjakan oleh seorang produser Komunitas Celebes. Produser menuangkan apa yang didapat dalam peliputan ke dalam sebuah tulisan atau naskah yang berfungsi sebagai penjelasan dari gambar yang direkam kameramen, penulisan naskah harus singkat, jelas dan padat. Bahan berita yang terdiri dari rekaman gambar yang berhasil diliput oleh tim yang terdiri dari produser, *presenter* dan kameramen, selanjutnya akan dilihat kembali setelah sampai di redaksi. Ketika satu tim liputan telah menuntaskan tugasnya dalam meliput, maka berita mentah tersebut sudah didapat dan selanjutnya menjadi bahan berita yang akan *diedit* sebelum akhirnya disiarkan.

Proses yang dilalui setelah naskah ditulis rapi oleh produser adalah *dubbing*. Mengisi suara atau *dubbing* untuk paket *presenter* dapat dilakukan dengan cara

⁵⁰ Satrio Arismunandar, "Peran Riset Di Divisi News Trans Tv", [http .blogspot.com](http://.blogspot.com). (Diakses pada 9 Februari 2015)

merekam suara *presenter* terlebih dahulu sebelum menyunting gambar dimulai. Tahapan proses *dubbing* dalam Program Komunitas Celebes adalah sebagai berikut, setelah naskah selesai disusun oleh produser maka *presenter* dapat memulai persiapan *dubbing* yaitu antara lain dengan mempelajari naskah yang akan dibacakannya terlebih dahulu tetapi jika *presenter* yang bersangkutan berhalangan untuk melakukan *dubbing* maka siapapun yang dinilai bersuara baik dapat melakukan *dubbing*.

Tahap II :

1. Tahap *editing* berita

Tahap kedua ini dilalui oleh dua proses, yakni proses *editing* serta penayangan materi berita. Tahap pertama adalah *editing* materi berita.

Proses pengeditan berita dilakukan setelah gambar yang direkam oleh kameramen dicapture serta naskah yang telah ditulis produser selesai didubbing. Proses pengeditan gambar merupakan proses yang dilakukan setelah bahan berita selesai diliput dan produksi naskah maupun proses *dubbing* pun selesai dilakukan. Di ruang *editing*, kru yang dinamakan *editor* mulai melakukan tugasnya untuk memotong-motong gambar dan menyatukannya kembali menjadi satu bagian yang utuh, lengkap dengan suara, maupun efek-efek musik. Bahan berita Komunitas Celebes diedit secara *cut to cut*, prosesnya dimulai dengan mengcapture seluruh gambar atau bisa dikatakan memindahkan dan memasukkan seluruh hasil gambar yang telah direkam oleh kameramen ke dalam komputer. Setelah tersusun baik kemudian disatukan agar *shoot-shoot* atau gambar yang sudah disambung dapat dilihat secara utuh.

Tidak jarang *editor* mengalami kekurangan gambar untuk membuat sebuah berita. Hal yang dilakukannya jika kekurangan gambar adalah mengambil gambar lama atau mengulang-ulang gambar yang terdahulu dengan perbedaan dan perubahan segi *shoot size* atau *angelnya*. Hal ini dilakukan agar pengulangan gambar tersebut tidak terlalu terlihat oleh penonton. Misalnya ketika naskah yang diberikan kepada *editor* panjang sedangkan *dubbingnya* saja dua menit, gambarnya cuma satu menit maka yang harus dilakukan adalah konfirmasi kepada produser mengenai naskah. Naskah yang sudah padat ada yang perlu dibuang atau tidak. Jika bisa dibuang pasti akan terbantu dengan gambar yang sedikit. Tapi jika tidak bisa maka langkah yang harus diambil adalah dengan mengulang-ulang gambar atau mengambil dokumentasi lama tapi *angel* atau *sizenya* diubah dan dibedakan.⁵¹

Langkah selanjutnya adalah *mixing*, *editor* akan melakukan *mixing* dengan cara memasukkan berbagai musik ilustrasi, suara *dubber* yang telah dilakukan dalam proses *dubbing* naskah, efek-efek gambar, atau dibentuk klip-klip yang telah ditentukan.

Setelah proses *mixing* selesai, maka *editor* akan melakukan proses *save* dari apa yang telah digabung-gabungkan menjadi suatu berita yang utuh. Setelah *disave*, hasil *editing* tadi juga bisa dikirim melalui *server* yang nantinya juga akan sampai di *master control room*. Hanya saja, karena dikhawatirkan *server* mengalami kerusakan

⁵¹ Ahmad Lutfi Jamal (19 tahun), Editor Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar, 30 Januari 2015.

yang nantinya mengakibatkan pada ketidaklancaran penayangan, maka disiapkan *soft copy file* yang akan menjadi penggantinya.

Editor program Komunitas Celebes ketika melakukan proses penyuntingan gambar menjadi satu paket berita yang utuh selalu didampingi oleh produser. Setelah proses *editing* selesai, produser akan melihat kembali hasil akhir tersebut. Mereka melihat kembali kecocokan gambar dengan naskah yang telah *didubbing*, atau bahkan durasi yang ternyata melewati batas. Jika sudah seperti itu, biasanya *editor* akan memperbaiki hasil *editing* tersebut.

2. Tahap penayangan

Tahap penayangan merupakan tahap akhir dalam produksi sebuah berita. Penayangan berita program Komunitas Celebes dilakukan secara *taping*. Dalam proses ini, terdapat tiga sampai empat orang yang berperang penting di dalam *master control room* yang mengoperasikan tricester, playlist, stream labs, CG serta audio.

Tepat pukul 17.30 WITA, program Komunitas Celebes ditayangkan di Celebes TV selama 30 menit, penayangan berita dilakukan secara *taping*. Berbagai informasi yang disajikan berasal dari materi berita yang telah *diedit* oleh *editor* yang kemudian menjadi bentuk *soft copy file* atau pengiriman data melalui *server* kepada komputer yang akan dioperasikan oleh operator yang bertugas di *master control room*.

D. Analisis Produksi Program Komunitas Celebes

Divisi produksi program Komunitas Celebes harus melalui beberapa proses dalam memproduksi beritanya agar bisa sampai ke masyarakat melalui siaran di televisi. Menurut Fred Wibowo dalam bukunya Teknik Produksi Program Televisi, program berita diproduksi melalui beberapa tahapan yang terdiri dari proses pra produksi, produksi dan pasca produksi.

Pra produksi terdiri dari serangkaian kegiatan meliputi penemuan ide, perencanaan dan persiapan. Produksi sendiri meliputi kegiatan peliputan berita, penulisan naskah, serta proses *dubbing*. Terakhir adalah pasca produksi yang merupakan langkah akhir sebuah produksi yang meliputi kegiatan *editing* serta penayangan berita secara *taping*.

Teori arus berita milik Bass menyatakan setiap materi berita di dalam redaksi pemberitaan diproduksi melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Siaran televisi tidak hadir begitu saja ke tengah masyarakat karena terdapat proses yang pada akhirnya menghasilkan sebuah siaran televisi. Bass menyatakan bahwa proses pembuatan atau produksi berita dilalui dengan dua tahapan. Bass menjelaskan tahap pertama terjadi ketika para pencari berita membuat berita kasar (peristiwa, pidato dan konferensi pers) menjadi bahan berita. Tahap kedua terjadi ketika para pengolah berita mengubah atau menggabung-gabungkan bahan itu menjadi hasil akhir (sebuah surat kabar atau sebuah siaran berita) yang disiarkan kepada masyarakat.

Mulainya proses produksi ditandai dengan tahapan pertama yang meliputi kegiatan pengumpulan bahan-bahan berita, penulisan naskah serta *dubbing* suara.

Sedangkan tahapan kedua sebagai tahapan terakhir dilalui dengan proses *editing*, *mixing* dan penayangan secara *taping* agar informasi bisa sampai ke tengah masyarakat. Proses produksi program Komunitas Celebes dilalui dengan kegiatan yang bertahap. Pertama, pengumpulan bahan berita yang diawali dengan penentuan tema atau penemuan ide dari produser yang kemudian menugaskan kru liputan untuk meliput bahan berita yang telah direncanakan. Kedua, bahan berita yang telah diliput oleh produser bersama kru liputan kemudian dibawa kembali ke kantor redaksi. Kameramen bertanggung jawab terhadap penyediaan gambar liputan, produser menyusun naskah, sedangkan *presenter* melakukan proses *dubbing*, jika *presenter* berhalangan maka siapapun yang mampu dan bersuara baik bisa menjadi *dubber*. Setelah naskah rapi, suara *dubbing* dan gambar liputan telah siap, maka semua itu siap untuk proses *editing*. Proses pengeditan merupakan penggabungan gambar, efek suara, maupun suara *dubbing* yang disatukan secara rapi menjadi berita utuh yang dapat dilihat serta didengar dengan baik. Hasil dari proses pengeditan pada akhirnya akan disimpan atau dicopy ke dalam hardisk maupun data yang dikirim mealui *server* untuk sampai di *master control room*. Video atau data itulah yang nantinya akan dioperasikan oleh kru yang bertugas di *master control room* dalam proses penayangan secara *taping* di televisi.

Penjelasan mengenai proses produksi berita dalam sebuah program berita diatas pada dasarnya memiliki tahapan kegiatan yang tidak jauh berbeda, setiap program termasuk program Komunitas Celebes diproduksi melalui tahapan-tahapan yang saling berkaitan.

Menurut Fred Wibowo dalam bukunya, Teknik Produksi Program Televisi, bahwa setiap program televisi termasuk program berita memiliki tiga tahapan utama yang terdiri dari pra produksi, pelaksanaan produksi, maupun pasca produksi. Program berita di televisi banyak yang menggunakan tahapan ini meskipun dalam setiap prosesnya memiliki langkah-langkah yang terkadang berbeda, misalnya saja pada tahap pra produksi. Terdapat beberapa program berita yang memulainya dengan langkah rapat redaksi terlebih dahulu, namun ada pula yang langsung memulai langkah produksinya dengan penentuan tema dari pihak yang berwenang, seperti produser.

Bass dalam teorinya “Arus Berita” menjelaskan bahwa setiap berita dalam program berita diproduksi dengan tahapan yang saling berkaitan. Setiap langkah atau tahapan produksi tidak dibagi kedalam proses pra produksi, produksi, maupun pasca produksi. Bass menyatakan secara jelas urutan yang digunakan redaksi pemberitaan dalam memproduksi beritanya. Langkah pertama, ia menyatakan setiap bahan berita akan diubah menjadi berita yang dilakukan oleh kru liputan. Mereka melakukan pengumpulan bahan berita yang pada akhirnya menjadi berita mentah sebelum proses pengeditan. Setelah itu dilakukan langkah kedua, dimana bahan berita mentah yang telah dikumpulkan tadi mengalami penggabungan melalui proses pengeditan. Semua bagian disatukan agar menjadi satu kesatuan materi berita yang utuh. Proses pengeditan akan menghasilkan sebuah hasil akhir dari rangkaian proses produksi, yaitu sebuah siaran di televisi, dalam hal ini yaitu program Komunitas Celebes.

Setelah menganalisis berbagai sumber data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, serta wawancara mendalam dengan para kru Komunitas Celebes, program berita dengan format seperti ini lebih sesuai dengan penggunaan teori Bass dalam proses produksinya. Meskipun sebenarnya tidak salah jika menggunakan serta menerapkan apa yang telah menjadi kebiasaan dalam sebuah proses produksi program televisi, yakni tahapan proses pra produksi, produksi dan terakhir pasca produksi.

Teori Bass merupakan teori pendukung dari apa yang dikatakan Fred Wibowo mengenai tahapan produksi, hanya saja Bass tidak membaginya dalam tiga proses seperti Fred. Bass secara lebih lugas menjelaskan kegiatan produksi dengan menyebutkan siapa yang bertugas di dalamnya. Misalnya, pencari berita yang mengubah sebuah bahan berita (*ide*) menjadi bahan berita mentah sebelum *editing* dan pengolah berita seperti seorang *editor* yang mengubah bahan berita mentah tadi menjadi sebuah hasil akhir berupa siaran televisi. Mengacu pada teori Bass dalam menjelaskan langkah produksi program Komunitas Celebes, maka dengan menganalisa data dari wawancara, buku-buku dan pengamatan, dapat disimpulkan bahwa proses produksi program Komunitas Celebes sesuai dan menerapkan teori arus berita milik Bass.

E. Kontribusi Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial

Tayangan di televisi merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan pesan yang paling diminati masyarakat pada umumnya. Penyampaian pesan yang

disampaikan kepada masyarakat dilakukan secara menarik yaitu secara audio visual sehingga terasa lebih hidup, sehingga hal ini merupakan salah satu nilai jual yang positif bagi media televisi.

Media berperan penting dalam peningkatan nilai sosial termasuk program Komunitas Celebes, dari hal itulah sehingga para kru yang terlibat diwajibkan untuk menampilkan tayangan yang memberi nilai bagi masyarakat sebagaimana fungsi media yaitu memberi informasi, hiburan, pendidikan dan kontrol sosial karena dalam tayangan tersebut komunitasnya lah yang akan ditonjolkan kepada masyarakat.

Komunitas yang dijadikan narasumber dalam program Komunitas Celebes haruslah komunitas yang memiliki nilai jual untuk masyarakat kemudian dikemas dengan konsep yang menarik dan variatif. Contohnya saja komunitas sosial Aksi Indonesia Muda (AIM) yang membantu masyarakat eks penderita kusta di Kampung Dangko, dalam tayangan tersebut yang akan ditonjolkan adalah sisi *human interest* agar masyarakat lebih peduli, kemudian penonton tertarik untuk bergabung ke dalam komunitas AIM untuk membantu masyarakat eks penderita kusta.⁵²

AIM berkolaborasi dengan program Komunitas Celebes agar dapat memengaruhi anak muda untuk terjun langsung ke lapangan mengatasi kemiskinan dengan memberdayakan masyarakat yang memiliki ekonomi rendah seperti masyarakat eks penderita kusta di Kampung Dangko sehingga dapat menghasilkan sesuatu hal yang berpengaruh dalam peningkatan nilai ekonomi dan sosialnya.

⁵² Rizki Kasim (35 tahun), Produser Komunitas Celebes, *Wawancara*, Makassar, 30 Januari 2015.

Terbukti setelah komunitas AIM menjadi salah satu narasumber dalam program Komunitas Celebes yang melakukan kampanye kreatif tentang masyarakat eks penderita kusta di Kampung Dangko sehingga stigma dan aspek diskriminasi terhadap masyarakat kusta dan Kampung Dangko menjadi lebih baik karena banyak anak muda atau mahasiswa yang ingin bergabung ke dalam komunitas AIM kemudian berkontribusi untuk masyarakat eks penderita kusta di Kampung Dangko.

Baru-baru ini terdapat 476 orang pendaftar yang ingin bergabung ke dalam komunitas AIM padahal hanya 36 orang yang akan diterima. Selain itu hasil kerajinan tangan yang diproduksi oleh masyarakat eks kusta di Kampung Dangko yaitu gesek kaki, lampu hias, bros dan tas daur ulang sekarang sudah bisa diterima dan dipasarkan di toko-toko seperti Rabbani, Carrefour dan Karebosi Link padahal sebelumnya hasil kerajinan tangan tersebut ditolak untuk dipasarkan ke dalam toko tersebut. Wali Kota Makassar juga turut *menyupport* kegiatan tersebut dan ingin menjadikan Kampung Dangko sebagai lorong temanik, lorong pusat kerajinan tangan sebagaimana program pemerintah. Bahkan masyarakat Kampung Sapanah juga mulai melakukan kegiatan untuk pertanian karena tidak ingin kalah kreatif dengan masyarakat Kampung Dangko agar bisa menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Sehingga program Komunitas Celebes selalu dinantikan oleh masyarakat, menunggu komunitas apa lagi yang dapat menginspirasi karena program tersebut mulai dikenal dengan banyak anak muda yang kreatif.⁵³

⁵³ Derry Perdana Munsil (22 tahun), Mahasiswa/ Presiden AIM, *Wawancara*, Makassar, 13 Februari 2015.

Menurut Ahmad Fathanah Haris selaku penonton mengatakan program Komunitas Celebes yang menampilkan berbagai macam komunitas tiap minggunya dapat mencerminkan kehidupan anak muda di Makassar, dari tayangan itulah maka masyarakat dapat melihat bagaimana kegiatan dan tingkah laku dari komunitas anak muda tersebut yang merupakan masyarakat kota Makassar. Masyarakat bisa lebih mengetahui bahwa terdapat komunitas yang dapat memberi manfaat positif bagi kehidupan, bukan hanya kegiatan yang tidak jelas contohnya seperti geng motor yang hanya memberi dampak buruk bagi kehidupan. Tayangan Komunitas Celebes banyak membahas mengenai nilai-nilai sosial yang terdapat di masyarakat karena nilai sosial yang menjadi daya tarik bagi penonton, sehingga tayangan Komunitas Celebes dapat menjadi nilai jual yang positif bagi masyarakat yang banyak berpikir buruk terhadap suatu komunitas dan remaja yang memiliki hobi tapi belum bisa menyalurkannya dengan baik. Tayangan Komunitas Celebes dapat mengingatkan bahwa masa muda hanya sekali seumur hidup jadi selagi masih muda harus melakukan banyak hal-hal positif bagi lingkungan.⁵⁴

Program Komunitas Celebes banyak memberi informasi yang menarik karena dengan adanya program komunitas tersebut maka suatu komunitas yang belum terekspos dapat diketahui oleh masyarakat, bahkan komunitas yang dianggap tidak ada di Makassar ternyata ada. Contohnya saja komunitas Wedha's Pop Art Portrait (WPAP), setelah melihat tayangan tersebut saya tertarik untuk bergabung menjadi bagian komunitas WPAP karena saya hobi desain grafis, vector dan lain-lain. Selain

⁵⁴ Ahmad Fathanah Haris (21 tahun), Mahasiswa, *Wawancara*, Makassar, 11 Februari 2015.

itu, dalam program tersebut yang menjadi daya tariknya adalah komunitasnya karena komunitas yang tidak biasa itu akan semakin menarik yang kemudian dijadikan narasumber tiap minggunya sehingga dapat mengajak dan mempengaruhi pola pikir masyarakat.⁵⁵

Menurut M Gunawan Mashar selaku ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar mengatakan di era sekarang, masyarakat memang cenderung menyukai berita-berita ringan yang disajikan secara santai karena masyarakat mencari tayangan yang lebih dekat dengan kehidupan mereka seperti hobi, adventur, kuliner dan lain-lain. Salah satu program di Celebes TV yang bisa memberi tayangan yang segar dan menarik untuk masyarakat adalah Komunitas Celebes. Tayangan program seperti Komunitas Celebes selain berita yang bersifat ringan, tayangan tersebut juga mempunyai manfaat besar untuk mendekatkan penonton dengan media yang bersangkutan. Program tersebut dijadikan pemancing ke masyarakat untuk beriklan. Jadi dalam nilai berita, program tersebut lebih menysar kepada nilai kedekatan (*proximity*) penonton agar lebih dekat dan merupakan strategi media untuk menambah jumlah penonton. Kedekatan yang dimaksud yaitu kedekatan psikologis, yang lebih ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang terhadap suatu objek peristiwa atau berita yang ditampilkan program Komunitas Celebes. Program Komunitas Celebes juga telah mendukung program pemerintah Kota Makassar dalam mengangkat nilai-nilai kearifan lokal karena secara

⁵⁵ Istirahmatia (19 tahun), Mahasiswa, *Wawancara*, Makassar, 14 Februari 2015

tidak langsung tayangan Komunitas Celebes yang menampilkan narasumber berbeda tiap minggunya yang menggambarkan tentang masyarakat Makassar, terkait hobi dan kegiatan masyarakat. Dari tayangan tersebut, masyarakat merasa terhibur dan mengetahui bahwa terdapat banyak komunitas yang memberi nilai positif dan memungkinkan masyarakat lain untuk terlibat.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan di atas, terdapat masukan terkait program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial masyarakat yaitu :

1. Lebih sering menampilkan komunitas sosial yang betul-betul dapat memberi dampak yang signifikan kepada masyarakat.
2. Program tersebut harus lebih variatif, contohnya saja harus gencar melakukan promosi terkait komunitas yang ditampilkan.⁵⁷
3. Lebih memperhatikan komunitas-komunitas kecil yang unik dan memiliki nilai berita, jangan hanya komunitas besar yang di dalamnya terdapat pejabat.
4. Lebih sering menampilkan komunitas yang menonjolkan nilai-nilai budaya kota Makassar seperti komunitas Pasinrili dan lain-lain sehingga masyarakat lebih mengetahui budaya dan bangga karena ternyata Makassar kaya akan budaya.⁵⁸
5. Menampilkan komunitas-komunitas yang berada di luar Makassar karena tidak

⁵⁶ M Gunawan Mashar (35 tahun), Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar, *Wawancara*, Makassar, 2 Februari 2015

⁵⁷ Derry Perdana Munsil (22 tahun), Mahasiswa/ Presiden AIM, *Wawancara*, Makassar, 13 Februari 2015.

⁵⁸ M Gunawan Mashar (35 tahun), Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar, *Wawancara*, Makassar, 2 Februari 2015

menutup kemungkinan bahwa terdapat komunitas di daerah yang dapat memberi nilai jual untuk masyarakat Makassar jadi tidak menonjol hanya komunitas di Makassar yang terekspos.⁵⁹

F. Analisis Teori Agenda Setting dalam Program Komunitas Celebes

Model teori agenda setting memiliki kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan peristiwa mana yang lebih penting menjadi pusat perhatian dan akan memberikan pendapat mengapa suatu isu atau seseorang layak diperhatikan.

Program Komunitas Celebes memiliki peran untuk memengaruhi apa yang penting bagi masyarakat, memengaruhi pendapat masyarakat bahkan memengaruhi tindakan apa yang harus dilakukan masyarakat terhadap satu fenomena tertentu yang dimasukkan dalam tayangan Komunitas Celebes sebagaimana telah di atur (*setting*) oleh para kru yang terlibat. Agenda setting dalam program Komunitas Celebes merupakan hal yang sangat penting dari tayangan yang akan ditampilkan di televisi, salah satu keunggulan dari adanya agenda setting dalam program Komunitas Celebes adalah bahwa program tersebut mampu menjangkau khalayak, selain itu program Komunitas Celebes juga berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah perilaku maupun mengubah pendapat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai berdasarkan komunitas yang ditampilkan. Masyarakat selalu mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian yang ada disekitarnya, tapi mereka tidak bisa memenuhi rasa ingin tahu itu tanpa bantuan pihak lain termasuk media. Maka dari itu, Program

⁵⁹ Ahmad Fathanah Haris (21 tahun), Mahasiswa, *Wawancara*, Makassar, 11 Februari 2015.

Komunitas Celebes menjadi perantara atau jembatan yang dapat mencari kemudian memberi informasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

1. Episode Komunitas AIM

Program Komunitas Celebes bekerja sama dengan pihak AIM mengatur secara kreatif tayangan pada episode tersebut dengan memberdayakan masyarakat Kampung Dangko yang merupakan eks penderita kusta menjadi pekerja kerajinan tangan yaitu gesek kaki, lampu hias, bros dan tas daur ulang yang mampu menyerap tenaga kerja sehingga mendidik masyarakat untuk berwirausaha. Berdasarkan tayangan yang telah di setting oleh media menghasilkan perubahan yang signifikan terhadap masyarakat eks penderita kusta yang sebelumnya stigma masyarakat sekitar yang telah memarginalkan mereka akibat kondisi fisiknya. Program Komunitas Celebes berusaha mengubah dan memengaruhi pikiran masyarakat, bahwa masyarakat eks penderita kusta tidak berbahaya, bahkan mereka memiliki kemampuan untuk menghasilkan kerajinan tangan yang dapat diproduksi. Dengan adanya tayangan tersebut, banyak anak muda yang kemudian tertarik untuk bergabung ke dalam komunitas AIM kemudian berkontribusi memberdayakan masyarakat eks penderita kusta dan masyarakat berekonomi rendah lainnya. Dalam tayangan tersebut dapat mencakup fungsi media sebagai pemberi informasi yaitu memberikan informasi bahwa terdapat komunitas sosial yaitu AIM serta informasi terkait masyarakat eks penderita kusta yang dapat menghasilkan kerajinan tangan. Sebagai edukasi yaitu mendidik masyarakat agar tidak memarginalkan masyarakat

yang memiliki kekurangan dan eks penderita kusta karena seharusnya masyarakat harus hidup berdampingan satu sama tanpa ada perbedaan.

2. Episode Komunitas WPAP dan Komunitas DJ

Tayangan komunitas WPAP mencakup fungsi media sebagai pemberi informasi dan hiburan. Sebagai pemberi informasi, tayangan tersebut mengekspos kegiatan anak muda yang berawal dari hobi dapat menghasilkan materi. Sebagai hiburan yaitu, penayangannya dengan unsur menghibur masyarakat yang dikemas secara santai dan ringan karena menggunakan bahasa informal yang kemudian mudah diterima masyarakat. Dengan adanya tayangan tersebut masyarakat dapat mengetahui bahwa banyak anak muda di Makassar yang kreatif, pekerja keras dan mandiri.

3. Episode Komunitas Makassar Berkebun

Komunitas Makassar berkebun merupakan komunitas yang bergerak di sosial media seperti twitter, facebook dan lain-lain. Komunitas tersebut menjadi salah satu narasumber dalam tayangan Komunitas Celebes yang menyebarkan semangat positif kepada masyarakat. Terdapat pesan informasi dalam tayangan tersebut bahwa kegiatan berkebun juga dapat dilakukan di kota dengan pemanfaatan lahan tidur yang diubah menjadi lahan pertanian dan perkebunan produktif dengan menggunakan peran serta masyarakat sekitar agar lebih peduli terhadap lingkungan dan perkotaan. Tayangan tersebut dikemas secara menarik dan santai dengan tujuan mengubah pola pikir masyarakat umum yang berpikir bahwa berkebun itu identik dengan pedesaan padahal berkebun juga bisa perkotaan meskipun lahannya sempit dan lokasinya di perkotaan.

4. Episode Komunitas Photographer Model Muslimah Makassar (FM3)

Komunitas FM3 berada di bawah naungan Federasi Fotografer Sulawesi Selatan. Muslimah yang tergabung dalam komunitas tersebut memiliki latar belakang yang berbeda-beda namun memiliki hobi yang sama yaitu gemar fotografi dan model. Komunitas tersebut sering melakukan kegiatan seperti workshop, pameran foto, hunting bersama komunitas yang lain, fotografer berbagi dan lain-lain. Melihat fenomena tersebut, produser Komunitas Celebes tertarik untuk menjadikannya sebagai salah satu narasumber dalam program Komunitas Celebes. Adanya tayangan Komunitas FM3, masyarakat dapat melihat bahwa di zaman sekarang banyak muslimah yang serius menggeluti dunia fotografi. Komunitas ini juga menjadi wadah bagi para muslimah untuk menghasilkan karya penuh berkah karena bagaimanapun juga sebagai seorang muslimah yang sholehah terdapat banyak batasan yang harus dijaga ketika bersinggungan dengan dunia fotografi. Masyarakat juga mendapatkan informasi bahwa seorang muslimah juga bisa menghasilkan karya yang bermanfaat untuk semua orang bahkan muslimah yang memiliki hobi yang sama menjadi tertarik untuk bergabung dengan komunitas tersebut.

Merujuk dari beberapa Komunitas yang telah disebutkan sebelumnya, dapat dipahami bahwa program Komunitas Celebes telah melakukan agenda setting dengan konsep yang berbeda-beda terhadap komunitas yang dijadikan narasumber karena menampilkan komunitas yang berbeda yang kemudian dikemas secara variatif tiap episodenya sehingga masyarakat tidak merasa bosan dengan *genre* komunitas yang menjadi narasumber dalam program Komunitas Celebes. Masyarakat selalu

menunggu komunitas apa yang akan menjadi narasumber dalam program tersebut. Program Komunitas Celebes dikemas secara menarik sehingga memengaruhi masyarakat dan mengubah pemikiran terhadap apa yang sebelumnya dianggap tidak baik, tetapi dengan adanya tayangan tersebut, pikiran masyarakat bisa lebih terbuka mengenai suatu komunitas di Makassar. Selain itu, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan informan, mereka beranggapan bahwa apa yang telah ditayangkan dalam program Komunitas Celebes tersebut memberi pengaruh karena banyak yang ingin bergabung dan terlibat ke dalam komunitas serta mengubah persepsi masyarakat terhadap komunitas yang ada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis sampai pada simpulan sebagai berikut:

1. Proses produksi Program Komunitas Celebes cocok dengan teori yang telah dikemukakan oleh Bass, dimana proses produksi suatu berita dibagi menjadi dua tahap, yaitu :
 - a. Tahap pertama
 - 1) Tahap pengumpulan bahan berita terjadi ketika kru liputan yang telah ditentukan oleh produser melakukan proses peliputan di lapangan.
 - 2) Tahap penulisan naskah berita dan *dubbing*, penulisan naskah dikerjakan oleh produser Komunitas Celebes sedangkan proses *dubbing* dilakukan oleh *presenter* tetapi jika *presenter* berhalangan maka siapa saja yang dinilai memiliki suara yang bagus bisa melakukan proses tersebut.
 - b. Tahap kedua
 - 1) Tahap *editing* berita dilakukan oleh seorang *editor* yang didampingi oleh produser. Tahap ini merupakan proses penyusunan gambar, *mixing*, serta memasukkan suara *dubber*, selanjutnya dilakukan proses *save* atau dikirim melalui server yang nantinya sampai di MCR . Hasil *editing* tersebut

diperlihatkan kembali kepada produser untuk memeriksa kecocokan gambar dengan naskah yang telah *didubbing*.

- 2) Tahap penayangan, *File* yang telah sampai di MCR kemudian ditayangkan. Dalam proses penayangan ini, semua peralatan seperti tricaster, playlist, stream labs, CG serta audio dioperasikan oleh operator yang bertugas. Pada pukul 17:30 WITA program Komunitas Celebes ditayangkan selama 30 menit.

2. Program Komunitas Celebes merupakan salah satu program yang memberi kontribusi positif dalam meningkatkan nilai sosial. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya perubahan dalam masyarakat seperti perubahan persepsi tentang masyarakat eks kusta dan banyaknya masyarakat yang tertarik untuk bergabung ke dalam komunitas yang telah dijadikan narasumber . Program tersebut mampu menjangkau masyarakat, selain itu program Komunitas Celebes juga berperan dalam menambah pengetahuan, mengubah perilaku maupun mengubah pendapat masyarakat dengan suatu maksud tertentu yang ingin dicapai berdasarkan komunitas yang ditampilkan tiap episodenya. Sebagaimana fungsi media yaitu hiburan, informasi dan pendidikan. Program Komunitas Celebes mengemas setiap tayangannya secara variatif sehingga masyarakat tidak jenuh dengan program tersebut bahkan masyarakat selalu menunggu komunitas inspiratif apa lagi yang menjadi narasumber.

B. Implikasi Penelitian

1. Pihak Celebes TV diharapkan membentuk satu tim kreatif untuk divisi program serta melakukan *survey* kepada masyarakat terkait program-program di Celebes TV.
2. Program Komunitas Celebes diharapkan lebih menampilkan komunitas yang menonjolkan nilai-nilai budaya kota Makassar seperti komunitas Pasinrili dan lain-lain sehingga masyarakat lebih mengetahui budayanya karena Makassar kaya akan budaya serta menampilkan komunitas-komunitas yang berada di luar Makassar karena tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat komunitas di daerah yang dapat memberi dampak positif bagi masyarakat Makassar jadi tidak menoton hanya komunitas di Makassar yang terekspos.
3. Hendaknya pembaca karya tulis ini tidak menjadikan tulisan ini sebagai satu-satunya acuan. Tetapi bisa dilengkapi dan bahkan dibandingkan dengan karya tulis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Abu dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Agama, Departemen RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007), h. 419.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada, 2008.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Jumroni dan Suhaimi, *Metode-Metode Penelitian Komunikasi*. Ciputat: UIN Jakarta Press, 2006.
- J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Moleong, Lexy. J. *Metodologi Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Jurnalistik: Pendekatan Teori dan Praktek*. Jakarta: Logos, 1999.
- Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta: PT Grasindo, 2004.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perada, 2007.
- Roudhonah. *Ilmu Komunikasi*. Ciputat: UIN Jakarta Press, 2007.
- Sunarjo, Djoenaesih S. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty, 1983.
- Sumandiria, A. S. Haris. *Jurnalistik Indonesia; Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media, 2006.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1988.

Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007.

Sumber Online

Bersama Dakwah, “Tuntunan Islam Dalam menyikapi Informasi”, *Situs Resmi Bersama Dakwah*. http://Bersama_dakwah.com/2013/02.html?m=1 (24 Januari 2015).

http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/976/1/97521-NURHASAN_AH-FDK.PDF (SECURED) (Diakses 8 november 2014)

Istanto, Freedy H. “Peran Televisi Dalam Masyarakat Citraan Dewasa Ini”, <http://puslit.petra.ac.id/journals/design> (Diakses pada 30 September 2014).

Lintas berita, “Proses Produksi Berita,” artikel dari blog lintas berita.com (Diakses 18 november 2014).

Satrio Arismunandar, “Peran Riset Di Divisi News Trans Tv”, [http .blogspot.com](http://.blogspot.com). (Diakses pada 9 Februari 2015)

LAMPIRAN



Foto bersama Rizki Kasim (Produser
Komunitas Celebes



Foto bersama Budi Hidayat (Kameramen
Komunitas Celebes)



Foto bersama Ahmad Lutfhi Jamal (Editor
Komunitas Celebes



Foto bersama Sucita Indah (Presenter
Komunitas Celebes

Foto ketika Ahmad Lutfhi Jamal (Editor Komunitas Celebes) sedang melakukan proses
pengeditan gambar.





Foto bersama Derry Perdana Munsil
(Presiden Komunitas AIM)



Foto bersama Ahmad fathanah haris selaku
penonton (masyarakat)



Foto bersama M Gunawan Mashar
(Wartawan/ pengamat media)



Foto bersama Istirahmatia selaku penonton
(masyarakat)



Ke tiga gambar diatas merupakan aktivitas komunitas Land Cruiser Makassar ketika melakukan Jambore Jeep di Puncak Ara Maros pada tanggal 11 Oktober 2014.



Irwan salah seorang kru MCR sedang mengawasi bagian CG, Stream Labs ketika proses penayangan program Komunitas Celebes



Anto sedang mengoperasikan bagian tricester dan playlist yang ketika proses penayangan program Komunitas Celebes



Fahmi yang merupakan kru MCR Celebes TV sedang menjadi operator bagian audio ketika proses penayangan program Komunitas Celebes

Interview Guide

Produser : Rizki Kasim, 32 Tahun

Tanya : Sebagai produser, apa tugas dan kewajiban anda dalam Program KC?

Jawab : Tugas dan kewajiban saya adalah membuat konsep atau ide. Menentukan dan menyeleksi komunitas apa yang layak dijadikan narasumber.

Tanya : Apa latarbelakang dibuatnya program KC?

Jawab : Karena di Makassar banyak komunitas makanya dibuatlah program Komunitas Celebes, kemudian mendata komunitas-komunitas yang ada lalu dihubungi untuk dijadikan narasumber.

Tanya : Bagaimana cara memilih satu komunitas untuk kemudian dijadikan narasumber?

Jawab : Dengan cara melihat apakah komunitas tersebut unik dan memiliki nilai jual kepada masyarakat.

Tanya : Apa standar khusus untuk suatu komunitas sehingga dipilih untuk menjadi narasumber?

Jawab : Produser punya pertimbangan sendiri dalam memilih komunitas yang akan dijadikan narasumber tiap minggunya karena setiap komunitas selalu menonjolkan nilai-nilai yang berbeda. Konsep tayangan Komunitas Celebes tiap minggunya dilakukan secara variatif agar masyarakat tidak jenuh dengan tayangan yang disajikan. Tayangan dari program Komunitas Celebes diharapkan dapat memberi banyak dampak positif kepada masyarakat.

Tanya : Apa yang menjadi pertimbangan program KC ditayangkan pada sore hari?

Jawab : Kenapa ditayangankan sore hari karena kebijakan kantor makanya ditayangkan pada hari senin sore.

Tanya : Format acara apa yang digunakan dalam program KC?

Jawab : Format acara yang digunakan adalah format acara TV magazine artinya news tapi ada unsur entertainmen dan edukasi

Tanya : Ada berapa segmen dalam program KC?

Jawab : Dalam program KC terdapat tiga segmen

Tanya : Berapa lama waktu (durasi) untuk setiap segmennya?

Jawab : Durasinya tujuh sampai delapan menit

Tanya : Bagaimana proses produksi program KC?

Jawab : Pertama itu ditentukan dulu temanya kemudian disurvei atau didata dulu narasumbernya kemudian dihubungi lalu mengatur jadwal untuk liputan. Setelah itu ditentukan tim liputan yang akan terjun ke lapangan, sebelum melakukan liputan biasanya briefing dulu dan karena ini komunitas maka biasanya liputan hari minggu, hari libur. Setelah diliput maka dibikin naskahnya, kemudian diedit setelah diedit ditayangkan. Proses produksinya itu bisa sampai lima hari. Liputan 1-2 hari, edit juga bisa sampai dua hari jadi kira-kira lima hari sampai ditayangkan. Dalam proses pengeditan saya mendampingi editor, lalu mengecek kembali hasil editannya.

Tanya : Berapa biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi KC?

Jawab : Secara umum, biasanya untuk pengeluaran biaya produksi per episode berkisar antara dua ratus ribu hingga dua juta rupiah. Belum lagi jika mendapat sponsor, maka biaya yang dibutuhkan lebih sedikit lagi jadi biaya produksi untuk program Komunitas Celebes tidak selalu sama. Biaya produksi itu didapatkan dari divisi marketing yang bertugas mencari pengiklan.

Tanya : Apa faktor pendukung dan penghambat (kendala yang dihadapi) dalam proses produksi KC?

Jawab : Faktor penghambat adalah Cuaca karena proses produksinya banyak bermain di outdoor.

Tanya : Siapa saja yang terlibat dalam proses produksi program KC?

Jawab : Yang terlibat dalam proses produksi adalah produser, kameramen, presenter.

Tanya : Siapa yang menulis naskah program KC?

Jawab : Saya yang menulis naskah karena divisi program berbeda dengan divisi news. Pada divisi news yang menulis naskah itu reporter tapi pada divisi program itu produsernya yang harus menulis naskahnya.

Tanya : Apa kelebihan dan kelemahan program KC dari tayangan program lainnya?

Jawab : Kelebihannya karena program KC dikemas secara berpariasi.

Tanya : Strategi apa yang digunakan untuk menghadapi persaingan dengan tayangan lainnya, agar program KC tetap menarik dan diminati masyarakat?

Jawab : Strateginya ya tiap episode membuat konsep baru, variasi baru serta dikemas semenarik mungkin tapi tidak lari dari jalurnya agar masyarakat tidak merasa bosan dan jenuh. Contohnya komunitas Jeep, yang mau ditonjolkan itu sisi adventurenya, komunitas sosial yang ditonjolkan itu sisi *human interest*.

Tanya : Nilai-nilai apa yang terkandung dalam acara KC yang dapat memberi nilai sosial masyarakat?

Jawab : Nilai-nilai semacam memberi informasi, mengubah pemikiran masyarakat contohnya komunitas sosial AIM, dari tayangan itu masyarakat bisa beranggapan bahwa penyakit kusta itu tidak berbahaya.

Reporter : Sucita Indah 22 Tahun

Tanya : Sebagai reporter, apa tugas dan kewajiban Anda dalam Program KC?

Jawab : Bawakan acara dari akhir sampai akhir. Biasanya juga presenter dan kameramen melakukan riset untuk menemukan bahan liputan tetapi tetap produser yang menyetujui dan memutuskan untuk bisa diliput atau tidak. Selain itu saya juga bertugas untuk melakukan *dubbing*.

Tanya : Apa saja persiapan yang dilakukan sebelum melakukan liputan?

Jawab : Palingan cari tahu tentang komunitas apa yang akan dihadapi atau bertanya ke produser tentang komunitas tersebut agar tidak kaget ketika di lapangan.

Tanya : Apa yang harus diperhatikan seorang reporter untuk melakukan wawancara yang baik?

Jawab : Biasanya memulai pembicaraan dari hal-hal umum, hal-hal ringan karena komunitas itu tidak memberi pertanyaan yang berat. Hanya hal-hal yang terkait tentang komunitasnya.

Tanya : Apa yang menjadi kendala dalam melakukan peliputan?

Jawab : Kendalanya itu ya narasumber, biasanya narasumber itu malas untuk berbicara mungkin karena grogi di depan kamera jadi singkat cara jawabnya jadi biasanya presenter itu kewalahan.

Kameramen : Budi Hidayat 32 Tahun

Tanya : Sebagai Kameramen, apa tugas dan kewajiban Anda dalam Program KC?

Jawab : Kewajibanya saya Cuma mengambil gambar, mengatur apa-apa yang akan diliput. Shoot gambar secara detail. Tergantung komunitasnya, contohnya komunitas bola ya disiapkan bola.

Tanya : Siapa saja pihak yang terlibat dalam proses peliputan?

Jawab : Produser, presenter dan kameramen. Seharusnya ada tim kreatif, dia yang atur semua tapi di Komunitas Celebes tidak ada tim kreatifnya.

Tanya : Apa saja sarana yang diperlukan dalam proses peliputan?

Jawab : Sarana pendukung dalam proses produksi Komunitas Celebes yang harus dipersiapkan itu, kamera dan perangkatnya seperti baterai, tripod, memori, lampu pencahayaan dan *clip on*

Tanya : Bagaimana proses pengambilan gambar yang baik?

Jawab : Ikuti prosedur kan banyak komposisi gambar jadi harus disesuaikan dengan kebutuhan.

Tanya : Apa kendala dalam proses produksi?

Jawab : Biasanya kendala itu kendaraan dan cuaca. Kalau panas kepanasan. Hujan ke hujan dan proses tetap harus dilanjutkan jadi kamera dibungkus pakai plastik.

Editor : Ahmad Lutfhi Jamal 19 Tahun

Tanya : Sebagai editor, apa tugas dan kewajiban Anda dalam Program KC?

Jawab : Tugas dan kewajiban seorang editor adalah memotong, memilah atau memanipulasi gambar. Selain itu juga bertugas menyeleksi gambar-gambar yang tidak layak tayang. Memasukkan efek-efek. Pertama itu mulai memasukkan seluruh shoot gambar yang telah didapat kameramen ke komputer. Proses pengeditannya dilakukan secara cut to cut karena biasanya saya memasukkan semua gambar ke komputer baru disusun sesuai naskah. Terakhir itu baru lakukan mixing kemudian disave yang pada akhirnya diperlihatkan kembali ke produser.

Tanya : Siapa saja pihak yang terlibat dalam proses editing?

Jawab : Yang terlibat itu editor dan produser. Ketika seorang editor mengedit sebaiknya produser harus mendampingi tapi terkadang produser punya kesibukan tapi tidak selamanya berada dalam proses pengeditan.

Tanya : Apa yang menjadi kendala dalam melakukan proses editing?

Jawab : Yang menjadi kendala itu biasa tempat penyimpanan, kekurangan hardisk padahal kapasitas gambarnya besar. Selain itu juga kendalanya karena kekurangan gambar atau naskahnya terlalu panjang.

Tanya : Bagaimana cara mengatasi dalam mengedit gambar bila terjadi kekurangan gambar?

Jawab : Kekurangan gambar sering dialami, misalnya ketika naskah yang diberikan kepada *editor* panjang sedangkan *dubbingnya* saja dua menit, gambarnya cuma satu menit. Maka yang harus dilakukan adalah konfirmasi kepada produser mengenai naskah. Naskah yang sudah padat ada yang perlu dibuang atau tidak. Kalau bisa dibuang pasti akan terbantu dengan gambar yang sedikit. Tapi jika tidak bisa maka langkah yang harus diambil adalah dengan mengulang-ulang gambar atau mengambil dokumentasi lama tapi angel atau *sizenya* diubah dan dibedakan.

Pengamat Media : M Gunawan Mashar 35 Tahun

Tanya : Bagaimana menurut anda tayangan KC dalam memberi nilai sosial ?

Jawab : Di era sekarang, masyarakat memang cenderung menyukai berita-berita ringan yang disajikan secara santai karena masyarakat mencari tayangan yang lebih dekat dengan kehidupan mereka seperti hobi, adventur, kuliner dan lain-lain. Salah satu program di Celebes TV yang bisa memberi tayangan yang segar dan menarik untuk masyarakat adalah Komunitas Celebes. Tayangan program seperti Komunitas Celebes selain berita yang bersifat ringan, tayangan tersebut juga mempunyai manfaat besar untuk mendekatkan penonton dengan media yang bersangkutan. Program tersebut dijadikan pemancing ke masyarakat untuk beriklan. Jadi didalam nilai berita, program tersebut lebih menysasar kepada nilai kedekatan (*proximity*) penonton agar lebih dekat dan merupakan strategi media untuk menambah jumlah penonton. Kedekatan yang dimaksud yaitu kedekatan psikologis, yang lebih ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang terhadap suatu objek peristiwa atau berita yang ditampilkan program Komunitas Celebes.

Tanya : Apa kelebihan dan kekurangan program KC?

Jawab : Kelebihan dari tayangan tersebut karena masyarakat merasa terhibur dan mengetahui bahwa terdapat banyak komunitas yang memberi nilai positif dan memungkinkan masyarakat lain untuk terlibat. Kekurangannya karena tidak terlalu memperhatikan komunitas-komunitas kecil yang unik dan memiliki nilai berita, jangan hanya komunitas besar yang di dalamnya terdapat pejabat

Tanya : Apa saran untuk perbaikan KC ke depan?

Jawab : Harus lebih variatif, kemasannya lebih segar serta hostnya yang memandu harus lebih terlibat dalam komunitas tersebut atau member dari komunitas tersebut yang memandu acara. Lebih sering menampilkan komunitas yang menonjolkan nilai-nilai budaya kota Makassar seperti komunitas Pasinrili dan lain-lain sehingga masyarakat lebih mengetahui budaya dan bangga karena ternyata Makassar kaya akan budaya. Presenter jangan memakai logat Jakarta, seharusnya memakai logat lokal Makassar.

Tanya : Apa program KC sudah mendukung program pemerintah kota Makassar dalam mengangkat nilai-nilai kearifan lokal?

Jawab : Program Komunitas Celebes telah mendukung program pemerintah Kota Makassar dalam mengangkat nilai-nilai kearifan lokal karena secara tidak langsung tayangan Komunitas

Celebes yang menampilkan narasumber berbeda tiap minggunya yang menggambarkan tentang masyarakat Makassar, terkait hobi dan kegiatan warga masyarakat.

Masyarakat (Ahmad Fathanah Haris) 21 Tahun

Tanya : Kenapa anda tertarik menonton acara KC?

Jawab : Karena tayangan tersebut dapat mencerminkan kehidupan anak muda di Makassar, dari tayangan itulah maka masyarakat dapat melihat bagaimana kegiatan dan tingkah laku dari komunitas anak muda. Masyarakat bisa lebih mengetahui bahwa terdapat komunitas yang dapat memberi manfaat positif bagi kehidupan, bukan hanya kegiatan yang tidak jelas contohnya seperti geng motor yang hanya memberi dampak buruk bagi kehidupan.

Tanya : Menurut anda apa kelebihan dan kekurangan dari program KC?

Jawab : Kelebihannya, tayangan Komunitas Celebes banyak membahas mengenai nilai-nilai sosial yang terdapat di masyarakat karna nilai sosial yang menjadi daya tarik bagi penonton. Kekurangannya karena tidak menampilkan komunitas-komunitas yang berada di luar Makassar. Tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat komunitas di daerah yang dapat memberi nilai jual untuk masyarakat Makassar jadi tidak menonton hanya komunitas di Makassar yang terekspos

Tanya : Setelah menonton acara KC, apa manfaat yang anda dapatkan?

Jawab : Tayangan Komunitas Celebes dapat mengingatkan bahwa masa muda hanya sekali seumur hidup serta memotivasi anak muda untuk berbuat apa yang seharusnya jadi selagi masih muda harus melakukan banyak hal-hal positif bagi lingkungan.

Masyarakat (Istirahmatia) 19 Tahun

Tanya : Kenapa anda tertarik menonton acara KC?

Jawab : Karena program Komunitas Celebes banyak memberi informasi yang menarik sehingga dengan adanya program komunitas tersebut maka suatu komunitas yang belum terekspos dapat diketahui oleh masyarakat

Tanya : Setelah menonton acara KC, apa manfaat yang anda dapatkan?

Jawab : Setelah melihat tayangan tersebut saya tertarik untuk bergabung menjadi bagian komunitas WPAP karena saya hobi desain grafis, vector dan lain-lain. Selain itu, dalam program tersebut yang menjadi daya tariknya adalah komunitasnya karena komunitas yang tidak biasa itu

akan semakin menarik yang kemudian dijadikan narasumber tiap minggunya sehingga dapat mengajak dan mempengaruhi pola pikir masyarakat.

Komunitas sosial (AIM) : Derry Perdana Munsil 22 Tahun

Tanya : Sejak kapan AIM didirikan?

Jawab : AIM berdiri sejak tanggal 17 November 2012

Tanya : Apa visi misi Komunitas AIM

Jawab : Visinya itu bagaimana caranya agar bisa mempengaruhi anak muda untuk turun langsung ke lapangan bergerak mengatasi kemiskinan. Misinya ada tiga, pertama gerakan pemberdayaan masyarakat, ke dua gerakan advokasi dan ke tiga gerakan pendidikan informal.

Tanya : Apa yang menjadi nilai jual dari Komunitas AIM?

Jawab : Dengan bergabung di AIM dapat mengetahui kegiatan-kegiatan nasional dan internasional karena pendiri-pendiri AIM termasuk orang-orang yang sering berkarir keluar, kemudian memiliki akses untuk ke luar negeri.

Tanya : Apa efek yang didapat oleh masyarakat eks kusta setelah dipublis melalui program KC?

Jawab : Sebelumnya stigma tentang kusta itu besar jadi diputuskan untuk melakukan kampanye kreatif seperti ketika di Celebes TV. Menginformasikan bahwa penyakit kusta itu merupakan penyakit menular yang paling tidak menular. Media mempunyai dampak untuk menumbuhkan gairah anak muda untuk berkontribusi ke dalam Kampung Dangko karena banyak anak muda atau mahasiswa yang ingin bergabung ke dalam komunitas AIM kemudian berkontribusi untuk masyarakat eks penderita kusta di Kampung Dangko. Baru-baru ini terdapat 476 orang pendaftar yang ingin bergabung ke dalam komunitas AIM padahal hanya 36 orang yang akan diterima. Selain itu hasil kerajinan tangan yang diproduksi oleh masyarakat eks kusta di Kampung Dangko yaitu gesek kaki, lampu hias, bros dan tas daur ulang sekarang sudah bisa diterima dan dipasarkan di toko-toko seperti Rabbani, Carrefour dan Karebosi Link padahal sebelumnya hasil kerajinan tangan tersebut ditolak untuk dipasarkan ke dalam toko tersebut. Wali Kota Makassar juga turut *menyupport* kegiatan tersebut dan ingin menjadikan kampung dangko sebagai lorong

temanik, lorong pusat kerajinan tangan sebagaimana program pemerintah. Bahkan masyarakat Kampung Sapanah juga mulai melakukan kegiatan untuk pertanian karena tidak ingin kalah kreatif dengan masyarakat Kampung Dangko agar bisa menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Sehingga program Komunitas Celebes selalu selalu dinantikan oleh masyarakat, menunggu komunitas apa lagi yang dapat menginspirasi karena program tersebut mulai dikenal dengan banyak anak muda yang kreatif.

Tanya : Apa kekurangan dan kelebihan program KC?

Jawab : Kekurangannya karena jarang menampilkan komunitas sosial yang betul-betul dapat memberi dampak yang signifikan kepada masyarakat. Program tersebut harus lebih variatif, contohnya saja harus gencar melakukan promosi terkait komunitas yang ditampilkan. Kelebihannya karena komunitas Celebes banyak dikenal dengan banyak anak muda karena banyak komunitas yang diundang sehingga masyarakat selalu menantikan komunitas apa lagi yang menginspirasi.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunistira
NIM : 50500111050
Tempat/Tgl. Lahir : Bulukumba, 08 September 1993
Jur/Prodi/Komunikasi : Jurnalistik
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Karunrung Komplek Perumahan BKKBN Blok D No 2
Judul : Analisis Program Komunitas Celebes dalam
Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 10 Maret 2015

Penyusun,

YUNISTIRA
NIM: 50500111050

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara **Yunistira**, NIM: 50500111050, mahasiswi Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah dengan seksama meneliti dan mengoreksi draft skripsi yang bersangkutan dengan judul, “Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)”, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke ujian munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Makassar, 22 Maret 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Irwanti Said, M.Pd
NIP.19560223 199303 2 001

Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M.I.Kom
NIP-

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)”, yang disusun oleh Yunistira, NIM: 50500111050, mahasiswa Jurusan Jurnalistik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 02 April 2015 M, bertepatan dengan 12 Jumadil Akhir, dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik.

Makassar, 2 April 2015 M
12 Jumadil Akhir 1436 H

DEWAN PENGUJI:

Ketua/Pembimbing I	: Dra. Irwanti Said, M.Pd	(.....)
Sekretaris/Pembimbing II	: Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M.I,Kom	(.....)
Munaqisy I	: Drs. Arifuddin Tike, M.Sos. I	(.....)
Munaqisy II	: Drs. Alamsyah, M.Hum	(.....)

Diketahui oleh:
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,

Dr. Hj Muliaty Amin, M.Ag
NIP: 19540915 198703 2 001

KATA PENGANTAR

Asslamualaikum Wr. Wb

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang selalu mencurahkan kasih sayang kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)”**.

Tiada yang sempurna di dunia ini, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik maupun saran demi menuju ke arah perbaikan yang lebih baik. Agar penelitian ini berguna bagi peneliti khususnya dan orang lain pada umumnya.

Peneliti juga ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak yang telah mendukung dan memotivasi peneliti. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
2. Dr. Hj. Muliaty Amin, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Dr. Firdaus Muhammad, MA, selaku Ketua Jurusan Jurnalistik dan Dr. Alamsyah, M.Hum, selaku Sekretaris Jurusan Jurnalistik sekaligus selaku munaqisy II.
4. Dra. Irwanti Said, M.Pd, selaku pembimbing I dan Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M. Ikom, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan peneliti demi tercapainya hasil penelitian yang berkualitas. Serta

dengan sabar membantu peneliti dalam menentukan arah penelitian berdasarkan pertimbangan nalar dan rasa, sehingga peneliti lebih termotivasi untuk menyelesaikan penelitian ini dengan penuh semangat.

5. Drs. Arifuddin Tike, M.Sos.I selaku munaqisy I yang telah memberi saran yang sangat bermanfaat kepada peneliti.
6. Seluruh tenaga pengajar, terimakasih atas ilmu yang telah dititipkan selama kuliah. Seluruh staf dan pegawai perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, terimakasih atas ketulusannya membantu dalam hal administrasi.
7. Muhammad Rifki, Istirahmatia dan rekan-rekan seperjuangan ANTIK 2011 yang selalu mendukung serta memotivasi peneliti. Lembaga intra kampus HMJ Jurnalistik 2013 serta lembaga ekstra kampus HMI KOMDAK telah memberi kesempatan peneliti untuk berproses. Serta Kepada lembaga pers Flash UIN Alauddin Makassar yang telah menjadi wadah peneliti untuk mengenal lebih dalam dunia jurnalistik.
8. Keluarga besar Celebes TV, terima kasih untuk segala bentuk praktik lapangan yang telah diberikan serta bantuan selama penelitian, semua itu sangat bermanfaat.
9. Keluarga tercinta terutama orangtua peneliti Ni'ni, Ammi, serta tante-tante ku Harmawati dan Meldawati serta adik-adikku, yang selalu mendukung penuh peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata. semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya. Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 14 Maret 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1-10
A. Latar belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	5
D. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11-38
A. Komunikasi Massa	11
B. Media Televisi	13
C. Pandangan Islam tentang Berita	17
D. Berita Televisi	29
E. Proses Produksi Program Televisi	33
F. Tinjauan Teori	38
BAB III METODE PENELITIAN	41-45
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	41
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Metode Pengumpulan Data.....	42
D. Instrumen Penelitian.....	44
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA	46-76
A. Gambaran Umum Celebes TV	46
B. Proses Produksi Program Komunitas Celebes	52
C. Analisis Teori Bass dalam Proses Produksi Program Komunitas Celebes	61
D. Analisis Produksi Program Komunitas Celebes	67
E. Kontribusi Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial	71
F. Analisis Teori Agenda Setting dalam Program Komunitas Celebes	76
BAB V PENUTUP	81-83
A. Kesimpulan	81
B. Implikasi Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA	84-85
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

ABSTRAK

Nama : Yunistira
NIM : 50500111050
Judul : Analisis Program Komunitas Celebes dalam Meningkatkan Nilai Sosial (Studi Kasus Celebes TV)

Penelitian ini untuk mengetahui proses produksi program Komunitas Celebes dan mengetahui kontribusi program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses produksi program Komunitas Celebes serta bagaimana kontribusi program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial.

Teori yang digunakan adalah teori arus berita karya Bass dan teori agenda setting karya Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Teori Bass ini menitikberatkan proses produksi suatu berita dalam dua tahap. Sedangkan teori agenda setting mengatakan bahwa media massa selalu berhasil memberitahu kita untuk berpikir apa. Media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif, yakni cara melaporkan data dengan memberi gambaran atau melukiskan mengenai program Komunitas Celebes dalam meningkatkan nilai sosial. Penelitian dilakukan dengan menganalisis data yang dikumpulkan dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan narasumber.

Hasil penelitian ini menjelaskan proses produksi program Komunitas Celebes cocok dengan teori yang telah dikemukakan oleh Bass, dimana proses produksi program Komunitas Celebes dibagi menjadi dua tahap, yaitu : Tahap pertama (tahap pengumpulan bahan dan tahap penulisan naskah berita dan *dubbing*. Tahap kedua (tahap *editing* dan penayangan). Program Komunitas Celebes memberi kontribusi positif dalam meningkatkan nilai sosial, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya perubahan dalam masyarakat seperti perubahan persepsi tentang masyarakat eks kusta dan banyaknya masyarakat yang tertarik untuk bergabung ke dalam komunitas yang telah dijadikan narasumber .